La historia de

Billiken



Cultura infantil y ciudadanía en la Argentina, 1919-2019

Lauren Rea



Cultura infantil y ciudadanía
en la Argentina, 1919-2019

Lauren Rea

Sudamericana



Para Alejandro y Savannah

RECONOCIMIENTOS

Este libro es el resultado del proyecto de investigación que empezó en 2012 y fue financiado por el Consejo de Artes y Humanidades del Reino Unido (AHRC por sus siglas en inglés). Son muchas las personas que me han acompañado y ayudado desde aquel momento. Agradezco el inestimable apoyo que recibí de mis colegas de la Universidad de Sheffield y sobre todo de Elizabeth Wood, quien aceptó generosamente actuar como mi mentora durante la primera fase del proyecto. Catherine Boyle sigue siendo una fuente de inspiración y me siento muy afortunada de tener como mentoras a estas dos grandes mujeres.

Agradezco a Sandra Szir, Esteban Javier Rico y Javier Basile por crear espacios en los cuales pude presentar los avances de la investigación, tanto dentro como fuera del ámbito académico, y por conectarme con sus redes más amplias. La experiencia enriquecedora de trabajar con Mariana García Palacios, Andrea Szulc, Pía Leavy, Noelia Enriz, Ana Carolina Hecht y Celeste Hernández en otro proyecto de investigación impactó en la forma en la que me acerqué a éste.

En el mundo diplomático, le agradezco a Carlos Sersale di Cerisano, exembajador argentino en el Reino Unido, a la embajadora Kirsty Hayes y, por supuesto, a Alfredo Fierro por su interés en mi trabajo y por las oportunidades de presentarlo a un público más amplio.

Trabajar a distancia del objeto de estudio trae desafíos y agradezco los numerosos gestos de amabilidad que facilitaron este proceso. Por

mencionar algunos ejemplos, Verónica Carman y Agustín Daniel Desiderato me enviaron copias de sus escritos; Rosana Dreossi facilitó el acceso al ejemplar de su abuelo de *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, y proveyó la fotografía que se reproduce en el capítulo 2. Omar Acosta compartió amablemente sus reflexiones sobre *Anteojito*.

Mi agradecimiento también a Sudamericana y en particular a mis editores, Roberto Montes y Gabriela Vigo. Aprecio mucho el tiempo que Daniel Bandinelli, Euhen Matarozzo, María del Carmen Gutiérrez, Brigid Lynch y Regina Solis han dedicado a leer mi trabajo y les agradezco sus observaciones y críticas. Todos los errores y omisiones son míos.

Desde mi primera visita a los archivos de *Billiken* la Editorial Atlántida ha cambiado dos veces de dueño. En la primera fase de mi contacto con la editorial, Juan Porras, Luján Gutiérrez y Natalia Ginzburg facilitaron mi acceso al archivo y apoyaron la propuesta para el proyecto de investigación. Abel Valenzuela compartió generosamente sus recuerdos y el entonces responsable del archivo, Carlos Jiménez, respondió pacientemente a mis muchas preguntas. Carlos dio también la bienvenida a mis asistentes de investigación, Norma Raimondo y, luego, Stacey Dunlea, quienes fotografiaron buena parte del archivo de la revista. Este proyecto hubiera sido imposible sin su aporte. Posteriormente, Federico Poletto fue de gran ayuda durante el proceso de conseguir la financiación complementaria, también del AHRC, que condujo al proyecto Grandes Mujeres Latinoamericanas. Todo esto fue posible a partir de la introducción realizada por Olga María Gristella de Aller Atucha, a la que estoy muy agradecida.

En los últimos años, tuve el placer de trabajar con muchas personas diferentes en Grupo Atlántida, así como con otras colegas de las industrias culturales y del sector educativo, en el proyecto de Grandes Mujeres

Latinoamericanas. Agradezco a toda la gente involucrada y también a las propias Grandes Mujeres que participaron. A lo largo de esta última fase, Mónica Banyik fue siempre de gran ayuda durante mis visitas al archivo y agradezco enormemente su asistencia en la preparación de las imágenes reproducidas en este libro.

Quisiera expresar un agradecimiento especial a Gustavo Pesce, Irene Sabalain y, en particular, Juan Astibia, por su apoyo, por reconocer la importancia de la investigación académica y por hacerme sentir siempre bienvenida.

Es tan extenso y variado el respaldo que Euhen Matarozzo ha brindado a este proyecto, y a mí personalmente, que es imposible dar cuenta de todo aquí. Más allá de su valiosa ayuda práctica y logística, Euhen proporcionó un importante desafío intelectual y este libro fue tomando forma como respuesta a nuestras conversaciones y desacuerdos. Estoy muy agradecida por su compromiso con el proyecto y por la oportunidad de trabajar en conjunto.

Mi mayor agradecimiento es para mi familia más cercana: mi mamá, mi papá, mi marido, mi hijo y mi hija. Cuando visité por primera vez los archivos de *Billiken*, estaba embarazada de mi hija, y mi hijo tenía un año y medio. Este proyecto de investigación está indeleblemente vinculado a sus infancias y espero que vean en el resultado la estima que tiene su madre por la tierra de su padre.

INTRODUCCIÓN

“La revista de los niños”

Marco Tulio Valencia Duque nació en 1920 en Santuario, Colombia, una región de bosque y montaña en la zona cafetera. Perdió a su padre cuando tenía sólo dos años y su madre dependía de la ayuda familiar para cuidar a sus tres hijos. Marco iba a la escuela cuando el dinero se lo permitía y a los 15 sólo había cursado un total de cinco años. Empezó a trabajar a tiempo completo en las fincas de café a cambio de comida y alojamiento, pero sus perspectivas mejoraron cuando un pariente le ofreció su propia parcela. Esto significaba que podía quedarse con las ganancias de lo que cosechaba y vendía. Una vez cubiertos sus gastos básicos, le quedaba lo justo para invertir en su educación. Cada semana, Marco visitaba al librero señor Vélez, que traía sus mercancías a Santuario a lomo de burro, y cada semana compraba una revista infantil argentina llamada *Billiken*.

Billiken se convirtió en la conexión de Marco con el mundo exterior. La utilizaba para continuar su educación: practicaba la lectura a través de sus cuentos e historietas, aprendía sobre geografía e historia y se inspiraba en las hazañas de los Grandes Hombres de América Latina. Leía y releía los lemas al pie de cada página: “Procura descubrir tu vocación”, “Sé para tu madre un motivo de alegría”, “Un hoy vale más que dos mañanas”. El que más le gustaba era “La vida más ocupada es la menos infeliz”. Años más tarde, Marco contaría cómo tomó esa frase y todo lo que aprendió en las

páginas de *Billiken* y lo utilizó para transformar su vida. Llegó a ser empresario y líder comunitario. Tuvo siete hijos y once nietos, una de los cuales fue a estudiar a Argentina. Cuando Alba, la hija de Marco, viajó a Buenos Aires para visitar a su hija, se presentó en las oficinas de Editorial Atlántida. Marco le había pedido que concurriera al lugar en donde se hacía *Billiken* para contar ahí cómo esta publicación había cambiado la vida de un niño colombiano.[1]

La historia de Marco es la manifestación del sueño de Constancio C. Vigil, fundador de *Billiken*, para su revista: la transmisión de una sensibilidad panlatinoamericana hermanada con las ganancias comerciales de la publicación regional. Aunque la influencia de la revista se dejó sentir sobre todo en Argentina, llegó también a la mayor parte de América Latina. La jueza Elizabeth Odio Benito, nombrada presidenta de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en 2020, recordó cómo le enseñó a leer en la Costa Rica de la década de 1940. En la misma época, el futuro premio Nobel peruano Mario Vargas Llosa la leía, y los primeros recuerdos de lectura del escritor y periodista mexicano Carlos Monsiváis son de una versión adaptada de *La Odisea* de Homero publicada como parte de la Biblioteca Billiken. La historia de Marco es también emblemática del vínculo afectivo que se genera al conectar esta publicación con los recuerdos entrañables de la infancia: la maestra que mandaba a hacer la tarea con *Billiken*, tomar la leche recortando y pegando las figuritas que traía, y papá que volvía del trabajo los lunes con la revista abajo del brazo. Para la artista argentina Mirta Toledo, que creció en la década de 1950 en una casa de inquilinato, era su “ventana al mundo en un cuarto sin ventanas”. En una charla en Londres para conmemorar el centenario de *Billiken*, el entonces embajador argentino en el Reino Unido, Carlos Sersale

di Cerisano, dijo: “Es un tesoro nacional y parte de todos nuestros recuerdos como niños y padres”.[2]

Al igual que el embajador hablaba de “nuestros” recuerdos, *Billiken* habla de “nosotros”, empleando lo que Billig denomina “la deixis de patria”, que “invoca el ‘nosotros’ nacional y nos sitúa dentro de ‘nuestra’ patria”.[3] Al hablar de “nosotros”, la revista creó un recordatorio semanal de la nacionalidad y fue una de las formas en que se insertó en los discursos de construcción nacional. Antes de establecer la identidad de este “nosotros”, primero hay que determinar a quién excluye, y está claro que no todo el mundo en Argentina creció leyéndola. La crítica ha señalado su línea editorial dominante que construyó un imaginario homogéneo de lectores blancos y de clase media, reafirmando discursos patriarcales y conservadores y que dejaba poco espacio a la diversidad o a la disidencia de las normas establecidas. *Billiken* no es recordada con cariño universal. La calidez de la nostalgia que la rodea coexiste con otros recuerdos diferentes e incómodos. La asociación negativa más extendida se refiere al apoyo a la dictadura cívico-militar de 1976 a 1983 a través de la complicidad de Editorial Atlántida con el régimen. Este libro explora las complejidades y contradicciones de este producto de la cultura infantil, entendiéndolas como parte constituyente de su identidad. Si bien esta publicación es una biografía de la revista y no un estudio sobre su recepción, el efecto acumulativo de los recuerdos y anécdotas que he recogido a lo largo de la última década ha sido clave para entender su importancia. Crecí en el Reino Unido, hija de una madre inglesa y un padre de Irlanda del Norte. Visité Argentina por primera vez a los 18 años. Yo no formo parte del “nosotros” que leyeron *Billiken* y estos no son mis recuerdos de infancia.

Desde el mundo académico, la primera en identificar la relevancia de esta revista como producto cultural fue Mirta Varela. Su libro *Los hombres*

ilustres del Billiken (1994), piedra fundacional de los estudios posteriores sobre la revista, demuestra cómo encontró su lugar junto a los manuales escolares oficiales al ofrecer discursos complementarios e innovadores, poniendo como ejemplo las biografías de los próceres. La contribución clave de Varela fue demostrar por qué esta publicación, tan omnipresente en Argentina que se había convertido en algo común y corriente, era, más bien, un "núcleo" de la cultura argentina y parte de la memoria histórica.[4] Los escritos sobre *Billiken* tienden a ocuparse de un período específico o de una sección de su contenido en particular. El presente libro es el único estudio que engloba toda su historia para intentar entender cómo llegó a ocupar su lugar en la cultura nacional. Se basa en el acceso exclusivo a la tirada completa de ejemplares alojados en el archivo privado de Atlántida y que todavía no están digitalizados.

Billiken es única: ninguna otra revista infantil en el mundo publicó tantos números y de contenido tan variado durante un período tan largo. Como revista excepcional, ofrece la oportunidad de poner a prueba la idea del "excepcionalismo de las revistas" que sostiene que este producto de la cultura popular no sólo refleja a la sociedad, sino que también la construye.[5] En el caso de *Billiken*, la reflexión se convirtió en amplificación a escala masiva, sostenida a lo largo de múltiples generaciones, maximizando su potencial para moldear y guiar los cambios sociales. Como veremos, el hecho de que se haya dedicado a un público infantil es fundamental por el lugar que ocupan las infancias en el imaginario social. El primer número salió a la calle el 17 de noviembre de 1919 bajo la consigna "la revista de los niños". Para pensar en el contexto fundacional conviene detenernos en cada uno de estos elementos: ¿quiénes son los niños de *Billiken*? y ¿por qué la revista es tan significativa dentro de la cultura popular?

Infancia, ciudadanía y educación

Dirigida a niños y niñas en edad de la escuela primaria, de seis a doce años, *Billiken* se entrelazaba con los discursos políticos y pedagógicos sobre los que se construyó la educación pública. La revista se dirigía a un público concebido como el futuro de la nación y, como tal, destinado a ocupar un rol protagónico en el proyecto de construcción nacional. A finales del siglo XIX, el pasado de la nación pasó a ser valorado como un elemento de cohesión sobre el que edificar el futuro. Lo que constituyó este pasado nacional surgió de la producción historiográfica de Bartolomé Mitre. En su *Galería de celebridades argentinas*, Mitre sitúa el nacimiento de la nación en la Revolución de Mayo de 1810 e identifica como los padres de la patria a los líderes porteños del movimiento independentista. Domingo Faustino Sarmiento se identificó con la línea "oficial" de la historia promovida por Mitre. El uso que hace Sarmiento de la metáfora de la infancia en su texto seminal *Facundo o Civilización y barbarie* (1845) vincula conceptualmente a las infancias con la construcción de la nación, al tiempo que las ubica al lado de la barbarie en su dicotomía: "Los pueblos, en su infancia, son unos niños que nada prevén, que nada conocen, y es preciso que los hombres de alta previsión y de alta comprensión les sirvan de padre".[6] En esta visión, la escuela proporcionaría la influencia civilizadora y domesticadora necesaria para que estos niños pasivos e inocentes se convirtieran en ciudadanos útiles para la nación.

Influenciado por los reformadores educativos estadounidenses Horace y Mary Mann, Sarmiento desarrolló la formación docente nacional a través de las Escuelas Normales y sentó las bases de la Ley 1420 de 1884, que estableció los principios de una escolarización obligatoria, gratuita y laica.[7] Las mujeres tenían un papel clave en la formación de los futuros ciudadanos, principalmente como madres de esos ciudadanos, pero también

como maestras, aun cuando todavía no se las imaginaba a ellas mismas como ciudadanas. La Ley Sáenz Peña de 1912, que garantizaba el sufragio obligatorio, secreto y “universal”, no se extendía a las mujeres ni a los inmigrantes. Las mujeres no tuvieron derecho a sus propios ingresos hasta una reforma del Código Civil en 1926. Sarmiento compartió la opinión de Horace Mann, quien creía que las mujeres eran las guardianas naturales de las nuevas generaciones. Como señala Lucía Lionetti, se pensaba que las mujeres estaban naturalmente destinadas a cumplir la “misión civilizadora” de la escuela. La docencia se consideraba una vocación más que una profesión, en parte debido al bajo nivel de remuneración, que se creía más aceptable para las mujeres que para los hombres destinados a ser el sostén de sus familias. La enseñanza de los primeros años se identificaba con el cuidado, la orientación moral y la instrucción repetitiva y rudimentaria, más que con la transmisión de conocimientos, para la que se suponía que las mujeres estaban menos preparadas.[8]

Lo que emerge en los debates de la época es la importancia central del cuerpo docente como mediador entre el Estado y sus futuros ciudadanos. Para Beatriz Sarlo, la escuela formaba parte de la “máquina cultural” y la maestra era, en términos bourdieusianos, la fracción dominada de la clase dominante:

> La escuela era una máquina de imposición de identidades, pero también extendía un pasaporte a condiciones mejores de existencia: entre la independencia cultural respecto del Estado y convertirse en servidor del proyecto cultural de ese mismo Estado, quedaban pocas posibilidades de elección.[9]

La Ley 1420 pretendió consolidar el Estado nacional mediante la creación de una experiencia común que pudiera unir a las nuevas generaciones de ciudadanos.[10] La función moralizadora y socializadora de la escuela era clave para la formación del tipo de ciudadano que se necesitaba para una nación próspera y exitosa. Al igual que Bourdieu, quien establece la conexión entre cultura, escuela y nación, afirmando que el sistema escolar "es un gran instrumento para la constitución de las emociones nacionales", en Argentina la escuela se identificaba como el lugar donde se podían forjar lazos emocionales con la patria junto con la transmisión de conocimiento y la instrucción moral.[11] Los símbolos, las narrativas históricas y los rituales tomaban un papel protagónico y la enseñanza de la historia en torno a un panteón de héroes nacionales también brindaba la oportunidad de promover valores deseables. Los líderes independentistas, el general José de San Martín y el general Manuel Belgrano, fueron alabados por sacrificar sus intereses personales por el bien de la nación y se los consideró modelos para el ciudadano común.[12] En 1888, el Consejo Nacional de Educación formalizó las celebraciones escolares de las fiestas mayas, con especial énfasis en el 25 de Mayo. La escuela se identificó cada vez más como el lugar donde los "hijos de inmigrantes" podían convertirse en argentinos y los textos escolares, incluidos los libros de lectura y los manuales, se convirtieron en el sitio principal para la transmisión de la historia patriótica y los valores cívicos.

Los lectores imaginados de *Billiken* eran escolares o, como los llama Bontempo, "hijos-alumnos".[13] En 1919, el mismo año de la fundación de la revista, la ley sobre el Patronato de Menores otorgó al Estado el control sobre los niños que vivían en la calle o en instituciones, enmarcándolos como una categoría separada de los escolares.[14] En marzo de 1920, la revista marcó por primera vez el inicio del curso escolar. En una foto que

muestra el regreso a las aulas, un niño vestido de guardapolvo blanco posa con un ejemplar bajo el brazo. El guardapolvo blanco se había aprobado oficialmente como uniforme de las escuelas públicas también en 1919 y pasó a formar parte de lo que Inés Dussel denomina la "gramática escolar"; un símbolo de, por un lado, democratización de las oportunidades y la integración y, por otro, homogeneización y borrado de la diferencia.[15] *Billiken* publicó las fotografías enviadas de todo el país que mostraban a escolares vistiendo este uniforme. Esta circulación de fotos se reforzaba con ilustraciones, lo que imprimía a la imagen del guardapolvo blanco un sentimiento de pertenencia nacional. Así, *Billiken* se vinculó a ella, creando dos asociaciones de la infancia argentina que perdurarían durante más de un siglo.



Figura 1: La revista y el guardapolvo blanco al comienzo del nuevo año escolar. *Billiken*, Nº 17, 8 de marzo de 1920. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.

Billiken se autodenominaba “la revista de los niños” y cuando se habla de “los niños” en *Billiken* se habla de muchas cosas a la vez. Las instancias en

las que la revista habla de “niños y niñas” son pocas, pero existen y desde muy temprano en su trayectoria. Tanto niños como niñas están presentes como seres reales a través de fotos y también de los dibujos y cartas que mandaron para publicarse. Están presentes también como representaciones ilustradas y como personajes en cuentos. El lector imaginado es masculino por defecto. Por lo general las niñas están tratadas como una categoría aparte y hay páginas o secciones especiales dirigidas exclusivamente a ellas. Estas páginas, que aparecían en distintas iteraciones en décadas diferentes, ofrecían consejos de peluquería y moda, tareas domésticas y recetas de cocina. En 1973, se publicó una carta de un lector en la cual se quejaba de que los varones no tuvieran un espacio dedicado exclusivamente a ellos, como disfrutaban las niñas con la página “Chicas”. La respuesta defendió la oferta para los varones, señalando que la mayoría del contenido era de su interés y que había menos páginas para las chicas, “a las que a veces no les interesan los deportes y otros temas que sí son de absoluto interés para los varones”.[16] En *Billiken*, se imaginaba a los niños (genéricos, masculinos por defecto) de diversas formas, y a veces simultáneamente, como recipientes pasivos a los que había que llenar de conocimiento y orientación moral o espiritual, como futuros ciudadanos encargados de cumplir un destino patriótico y también como consumidores modernos a los que atraer y retener. Existe aquí una tensión inherente, ya que el niño pasivo, valorado por su futuro ser adulto, convive de manera incómoda con el niño consumidor que ejerce activamente el poder de elección.

Durante la mayor parte de la vida de *Billiken* como revista impresa, hubo dos principales concepciones teóricas de la infancia. Uno es el “modelo de la diferencia” que sitúa a los niños en una categoría separada e incognoscible, distinta de la de los adultos y, el otro, el “modelo del déficit” que ve a los niños como carentes o incompletos en su camino hacia la edad

adulta.[17] Este último describe una visión positivista de la infancia, muy en consonancia con los cimientos ideológicos de la escuela pública en Argentina. A partir de la década de 1980, las nociones hasta entonces incuestionables de las infancias fueron debatidas en entornos académicos principalmente en los países anglófonos y nórdicos, cuyos trabajos dieron lugar al "nuevo" paradigma de los estudios sobre la infancia. Jens Qvortrup, por ejemplo, dio un vuelco al "modelo del déficit" al sostener que los niños son seres humanos (actores sociales en el presente con derechos reconocidos) en contraposición a "devenires humanos" (adultos en ciernes).[18] Este nuevo paradigma tenía aplicaciones en el mundo real e implicaciones políticas siendo en consonancia con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño de 1989. Sin embargo, esta nueva forma de pensar las infancias no llegó a quienes hacían *Billiken*. Seguían viendo a los niños como futuros ciudadanos y como consumidores actuales, prestando poca atención a la pluralidad de las experiencias vividas por sus lectores y sin reconocer su carácter de copartícipes en la creación y el sustento de la revista.

No obstante esta visión de la infancia, hay instancias en las que las voces de las y los lectores se escuchan y sus personalidades se asoman, escapándose del control editorial, como en la entrevista citada a continuación para una nota publicada en 1971 sobre disfraces para Carnaval:

> ¿De qué te disfrazarías y por qué?
>
> ¡Yo quiero ser bruja!
> Catalina León, 7 años

—Yo quiero disfrazarme de bruja. Para hacer magia...
—¿No te gustaría ser hada, en lugar de bruja?
—No, bruja para asustarlos y cambiar cosas.
—Dame un ejemplo. ¿Qué cambiarías?
—Este árbol en un pájaro.
—¿Y si pudieras cambiarte a ti?
—Me haría pájaro también.
—¿Por qué?
—Para salir volando.

En su intercambio con el periodista, Catalina articula su poder de pensamiento independiente ante el intento del adulto a moldear sus respuestas. La alternativa sugerida por el periodista, de hada en lugar de bruja, coincidía con otras respuestas derivadas de estereotipos de género. Las otras niñas entrevistadas para la pieza nombraron hada, reina y novia como sus personajes preferidos para disfrazarse. Los varones eligieron pirata, vaquero y payaso, salvo Jorge Sánchez, de 11 años, que no tenía ninguna intención de disfrazarse y tenía muy claro que nadie iba a obligarlo. Al igual que el periodista, *Billiken* intentó dirigir a sus lectores hacia ciertas formas de pensar, y sus lectores, al igual que Catalina, Jorge y los niños entrevistados aquí, habrían asimilado, reproducido, impugnado, rechazado y rehecho de diversas formas los mensajes transmitidos por la revista.[19] Se entiende que hay un desfase entre lo que los editores buscaban transmitir y lo que sus lectores interpretaron. Es importante establecer desde el inicio esta premisa ya que las y los lectores no protagonizan este libro y no se ofrece aquí un análisis de la recepción de *Billiken*. En el centro de este estudio se encuentra la revista tanto como producto físico como transmisor

de significado que construye a sus lectores y, a su vez, es construida con cada nueva lectura.

La revista como producto de la cultura popular

La diversidad inherente en la recepción de *Billiken* tenía su contrapartida en la multiplicidad de los contextos de su producción. Fue la obra colectiva de un grupo heterogéneo de personas. Cientos de hombres y mujeres participaron en su elaboración como ilustradores, editores, escritores, traductores, asesores educativos, diseñadores gráficos, fotógrafos y directores de arte a lo largo de 5144 números publicados durante cien años y leídos por millones de personas en toda América Latina. Las y los creadores del contenido de *Billiken* se cuentan por miles si incluimos a dos grupos periféricos a este estudio: los anunciantes y también los niños y las niñas que contribuyeron al enviar cartas, fotos, dibujos, cuentos, poemas y solicitudes de amistades por correspondencia. Si bien las contribuciones de todos estos grupos estaban mediadas por la línea editorial, ésta no era monolítica, sino reproducida por diferentes personas con prioridades e influencias diversas. Como hay una multiplicidad de personas y roles involucradas en la elaboración de *Billiken*, sus contenidos también son múltiples. Cada uno de los contenidos —tapas, historietas, cuentos cortos y por entregas, material gráfico, material escolar, concursos, ilustraciones, fotografías, noticias, partituras, páginas de actividades y anuncios— puede analizarse desde una perspectiva diferente. No consistía únicamente en páginas para hojear o leer, sino también páginas diseñadas para ser completadas, dibujadas o coloreadas. Ofrecía además una gran cantidad de material efímero destinado a tener una vida más allá de su ejemplar como figuritas, láminas y maquetas de cartulina troquelada. Como revista,

Billiken era un objeto de interacción y de juego para usar y pasar de mano en mano, antes de tirarla, regalarla o a veces conservarla para otro año futuro por su contenido escolar perdurable.

En el estudio de las publicaciones periódicas, hay muchas veces una tendencia de verlas como repositorios de material y de analizar, no una tirada entera, sino una selección de su contenido. Se usan como fuentes de donde extraer la obra de un ilustrador, una autora o un historietista, por ejemplo, y analizarla fuera de su contexto de publicación. De hecho, la noción de revista como depósito de contenidos está en consonancia con los orígenes de su nombre en inglés. *Magazine*, que originalmente significa almacén, deriva del francés medieval *magasin*, a su vez del árabe del siglo XVI *makazin*, plural de *makzan*.[20] En cambio, en esta historia se entiende la revista como objeto y artefacto cultural en sí misma. Se evita desvincular los contenidos de su entorno en la página y se busca situarlos en su contexto cultural e histórico. Las premisas establecidas en el estudio de la historia del libro proporcionan un modelo para analizar la revista como objeto impreso. El presente libro se guía por dos ideas principales, interrelacionadas, establecidas por Roger Chartier y adoptadas también por Sandra Szir en el estudio de la prensa periódica argentina: que el proceso de producción, distribución y recepción del objeto impreso lo sitúa dentro de sistemas económicos, sociales, políticos y culturales, y que la materialidad del objeto impreso sustenta la articulación entre su forma y el sentido conferido por quienes lo leen.[21]

La revista como producto de la cultura impresa invita a considerar sus vínculos con los proyectos de construcción de la nación a partir del siglo XIX en las repúblicas de la región latinoamericana. Jesús Martín-Barbero muestra cómo los folletines y las novelas por entregas fueron precursores de la radio como productos democratizadores de la cultura popular y de masas.

Identifica el poder de los primeros medios masivos, como la radio, en "transmutar la *idea* política de Nación en *vivencia*, en sentimiento y en cotidianidad".[22] Los guiones de las novelas radioteatrales argentinas que analicé para mi tesis doctoral circulaban en formato impreso como folletines episódicos.[23] La periodicidad de estos productos mediáticos es importante para la cultivación de una audiencia unida por una narrativa común, sea a través de la transmisión diaria del capítulo de una radionovela o la entrega semanal de una novela folletinesca. *Billiken* habló semanalmente del vínculo entre la escuela, la infancia y la nación, y de esa forma transmitió a sus lectores un recordatorio recurrente y regular de la nacionalidad y la identidad argentinas.

En el momento fundacional de *Billiken* confluían el crecimiento de la industria de las publicaciones con la expansión del público lector. El aumento de las tasas de alfabetización, como efecto de la Ley 1420, ampliaba el mercado de las publicaciones periódicas al mismo tiempo que los avances en las tecnologías de la impresión hacían más asequible la producción masiva. El desarrollo industrial de la litografía y la adopción de la técnica del grabado de medio tono fueron, según Szir, decisivos para la producción masiva de impresos.[24] *Billiken* estaba a la vanguardia de las últimas técnicas de impresión, ofrecía un diseño visualmente innovador y una perspectiva cosmopolita, publicando los últimos cómics de Estados Unidos, así como cuentos traducidos de revistas europeas, al mismo tiempo que enseñaba sobre la historia argentina. Fue una de las muchas nuevas publicaciones que dieron expresión a la Buenos Aires cada vez más moderna y cosmopolita y algunas de las más exitosas salieron de la Editorial Atlántida.

El imperio editorial de Constancio C. Vigil produjo lo que Bontempo ha llamado un "continente" de publicaciones que pretendían llegar a cada

integrante de la familia. A partir de la revista de interés general *Atlántida*, lanzada en 1918 (publicada hasta 1970), se sucedieron un conjunto de publicaciones que cubrían diversas temáticas incluyendo golf, agricultura y cine. Vigil fundó el semanario femenino *Para Ti* en 1922 y *El Gráfico* en 1919. Esta última fue concebida inicialmente como una publicación de interés general para hombres y no se dedicó exclusivamente al deporte hasta 1931. Todas estas revistas eran productos de consumo en sí mismas que también promocionaban otros productos de consumo. Varela señala que, cuando se lanzó *Billiken*, su aspecto llamativo y el uso de técnicas gráficas modernas la asemejaban a las publicaciones periódicas destinadas al público adulto. Su precio, 20 centavos, era el mismo que el de la mayoría de las revistas en venta.[25] A través de sus productos, Editorial Atlántida ofreció a distintos sectores de la población una forma de participar en la emergente modernidad argentina al mismo tiempo que los orientaba en la toma de decisiones de consumo.

Si bien *Billiken* no llegó a todos los rincones de la Argentina y no fue leída universalmente, su circulación, tanto paga como informal, y su alcance geográfico dentro del país y por toda la región la ubican en la categoría de cultura de masas. La circulación paga de 139.500 ejemplares en noviembre de 1939 aumentó a 226.000 en noviembre de 1943, con un total de lectores cinco veces mayor si se aplica el cálculo que ofrece la propia revista. En 1944, el número dedicado al 25º aniversario incluía un mapa de América que señalaba la ubicación de los 2000 agentes que distribuían 350.000 ejemplares cada semana. Además de las capitales de Centroamérica y Sudamérica de habla hispana, se incluyen las ciudades de Juneau, Ottawa, Washington y Río de Janeiro. En la nota se lee: “*Billiken* llega puntualmente todas las semanas a los pueblos más lejanos de las tres Américas”.[26] En mayo de 1958, se convirtió en la primera publicación en

español, en cualquier parte del mundo, en vender 500.000 ejemplares en una semana.

A su masividad se le suma su longevidad. Se convirtió en la primera revista infantil argentina que tuvo éxito a largo plazo, pero no fue una propuesta original en cuanto a formato o concepto. Los periódicos ilustrados como *El escolar argentino* (1887), con la consigna “Educar deleitando”, fueron precursoras de *Billiken* como productos de consumo extraescolares que existían en paralelo a la escolarización formal.[27] Durante su primer intento de crear un semanario infantil (*Pulgarcito*, 1904-1907), Constancio C. Vigil probó muchas de las estrategias y los segmentos de contenido que más tarde se encontrarían en *Billiken*.[28] La longevidad añade una capa de complejidad temporal: a medida que se iba entrando en la conciencia nacional, sus creadores se hacían cada vez más conscientes de la responsabilidad de mantener su legado, lo que afectaba la toma de decisiones editoriales. Mientras que sus ejemplares en papel pueden haber sido efímeros, nunca se pretendió que *Billiken* como proyecto editorial lo fuera. Como veremos, el sentido del legado pensado hacia el futuro se integró en las narrativas autorreflexivas de la revista desde muy temprano. Al abarcar cien años de publicación, *Billiken* ofrece una lente alternativa a través de la cual contemplar las historias argentinas de las representaciones de género, la política, las infancias y la educación. No era un semanario de actualidad y su periodicidad se basaba principalmente en el calendario escolar y en las efemérides patrias más que en eventos contemporáneos. Las breves incursiones en los acontecimientos políticos del momento son tanto más notables por las rupturas que introducen en su ritmo temporal.

Durante la investigación para este libro, el ejercicio de leer varios números de una sola vez, pasando por las secuencias cronológicas de cada año, me hizo más consciente de las repeticiones cíclicas que se entretejen en

el ritmo de la revista, así como también de los cambios a lo largo de las décadas. La experiencia de lectura como investigadora no reproduce la de los niños y las niñas que leían los ejemplares la semana en que salían a la venta. A diferencia de un libro, una revista no tiene por qué leerse de forma lineal y no tiene por qué leerse toda. Invita a hojear o saltar sus páginas, creando múltiples vías posibles de compromiso con cada ejemplar por parte de cada lector. Esto afecta la relación entre la intención editorial y la recepción porque, aunque el diseño de página puede utilizarse como un intento de guiar el proceso de lectura, la propia naturaleza de una revista socava los intentos de control editorial. A diferencia de las y los lectores originales, me acerqué a *Billiken* de forma lineal, leyéndola en su mayor parte cronológicamente, variando entre acceder a los ejemplares en papel en el archivo y trabajar a distancia con fotos digitales tomadas por mis asistentes de investigación. El encuentro con la revista como objeto físico en el archivo de Atlántida permite observar los cambios en el gramaje y la textura del papel y el tamaño y grosor de los ejemplares. Los números se recopilan por centenares en tomos encuadernados, lo que impacta hasta la facilidad con que se puede pasar página. Los ejemplares se conservan en su estado de publicación: limpios, en su mayoría intactos, sin páginas coloreadas ni ejercicios completados. Los objetos impresos efímeros acompañantes se conservan en los ejemplares o archivados por separado. El archivo no conserva los juguetes y otros regalos que traían los números a partir de la década de 1960.

Billiken mantuvo su periodicidad semanal con muy pocas interrupciones desde 1919 hasta 2018. La constancia provista por los dueños se rompió en 2007, cuando la familia Vigil vendió Atlántida a la empresa mediática mexicana Televisa. Atlántida volvió a ser propiedad argentina en 2018. *Billiken* pasó a publicarse mensualmente a partir del número 5129 (6 de

junio de 2018) y una vez cada dos meses a partir del número 5141 (18 de junio de 2019). El último ejemplar impreso fue el del centenario, el 5143 (8 de octubre de 2019). Un último número, el anuario 2020, estaba destinado a la distribución impresa, pero en su lugar se ofreció, de forma gratuita, en formato digital en marzo de 2020 durante el primer período de aislamiento social de la pandemia. En el momento de la publicación de este libro, *Billiken* existe como una marca dentro de Grupo Atlántida, una editorial histórica transformada en empresa de medios digitales. Ha dejado atrás el papel como soporte principal para convertirse en producto multiplataforma. Abarca un sitio web que alberga noticias y artículos de interés general, así como material educativo descargable, un canal de YouTube, el festival Billifest y el proyecto Grandes Mujeres Latinoamericanas que dirijo junto con el director de *Billiken*. Aunque la mayor parte de este libro se ocupa de la revista impresa, su transición más allá del papel también se cubre hasta 2022. Dado que su identidad como revista es tan crítica para entender su inserción en la vida cultural argentina, este libro también considera qué significa *Billiken* ahora que existe más allá del papel.

La historia de Billiken

Esta historia pretende examinar los cambios y las continuidades de *Billiken* a lo largo del tiempo, a medida que respondía a los acontecimientos políticos, se adaptaba a las nuevas realidades comerciales y hacía uso de los avances tecnológicos para entender cómo llegó a ocupar su lugar en la cultura argentina. Esta historia también presta atención a las incoherencias y contradicciones que son el resultado de su multiplicidad y también de su hibridez. Como cruza las fronteras entre la industria, el hogar y la escuela, puede considerarse como uno de los “actantes híbridos” de Alan Prout, “las

personas y las cosas que fluyen en y entre diferentes entornos y que pueden llegar a desempeñar un papel en la construcción de lo que allí surge como ‘infancia’”.[29] *Billiken* es un producto híbrido, en distintos sentidos. Las revistas son productos multimodales, es decir, se componen tanto de texto como de imágenes y la relación entre ambos en la puesta en página también crea significado. *Billiken* también puede leerse junto a la teoría de la hibridez de Néstor García Canclini, como un producto de la cultura latinoamericana atrapado entre la tradición y la modernidad y también como un texto híbrido de fronteras porosas entre lo literario y lo gráfico y entre lo educativo y lo popular.[30] Su multiplicidad e hibridez, unidas a su ritmo cíclico e iterativo, plantean retos para la presentación de esta historia. La cronología de la revista proporciona una estructura organizativa lineal y, a su vez, permite trazar cómo se fue instalando en la historia cultural argentina.

El capítulo 1 examina las primeras décadas de *Billiken* (1919-1945) e introduce las narrativas institucionales construidas en torno a la revista, que aspiraban a crear un legado al mismo tiempo que ocultaban sus objetivos comerciales. El papel autoproclamado de *Billiken* en la formación de los futuros ciudadanos y, dentro de ésta, la división de género entre “hombres del mañana” y “futuras madres”, revela algunas de las tensiones entre los objetivos comerciales de Constancio C. Vigil y el posicionamiento ideológico de su revista. La literatura surge como un lugar de tensión similar cuando se compara el contenido literario de *Billiken* con la literatura publicada en formato libro en la Biblioteca Billiken. En 1925, Carlos Vigil, hijo de Constancio C. Vigil, asumió la dirección de la revista, marcando el inicio de su transición de una publicación predominantemente literaria hacia una revista gráfica, educativa y alineada al año escolar. A partir de finales de la década de 1930, sus contenidos acompañaron de forma más

sistemática a las escuelas en su tarea de reforzar la educación patriótica, hasta que adoptó un patrón cíclico del año escolar organizado en torno a las efemérides patrias.

El capítulo 2 se centra en la revista durante los dos primeros mandatos presidenciales del general Juan Domingo Perón (1946-1955). Explora cómo el peronismo impactó en *Billiken* a través de su incorporación de propaganda y considera cómo la identidad visual de *Billiken* impactó en el peronismo. Toma como punto de partida las cuatro semanas perdidas de 1949, la única interrupción significativa en toda su publicación semanal, después de la cual publicó su primera foto de Perón. En un ejemplo de las muchas continuidades conservadoras del régimen peronista autoidentificado como revolucionario, el peronismo, al igual que la conservadora *Billiken*, construía a los niños en términos de su potencial futuro. La única diferencia en esta visión era la identidad política del futuro ciudadano ideal ya que el peronismo pretendía crear ciudadanos para la Nueva Argentina.

Tras la muerte de Constancio C. Vigil, en 1954, seguida rápidamente por el derrocamiento de Perón, el mayor desafío al que se enfrentó *Billiken* fue la llegada de su rival, *Anteojito*, en 1964. En el capítulo 3 se analiza cómo se hizo uso de la tradición como recurso para responder a este nuevo competidor, remontándose a la historia de la cultura impresa con el lanzamiento de un álbum coleccionable de figuritas. Esta iniciativa allanó el camino para la posterior oferta de figuritas para recortar y pegar en las tareas escolares, una actividad que llegó a convertirse en un ritual de la infancia. El capítulo explora cómo el álbum de figuritas fue el punto de partida de una serie de eventos para construir una comunidad de lectores. Éstas se organizaron en torno a concursos y eventos y revelan la proximidad de *Billiken* con las autoridades educativas y militares en la época de la dictadura de Juan Carlos Onganía (1966-1970).

El capítulo 4 comienza por examinar la relación de la prensa con la dictadura cívico-militar de 1976 a 1983 y la complicidad de Editorial Atlántida con el régimen. *Billiken* fue una de las expresiones culturales del "estilo de vida argentino" que la Junta intentó instalar a través de su "Proceso de Reorganización Nacional" y se examina el contenido de la revista durante estos años en los contextos de complicidad y censura, con un enfoque en la literatura infantil. El capítulo concluye con un análisis de la representación de la Guerra de las Malvinas de 1982 a través de contenidos gráficos y educativos.

El capítulo 5 considera las últimas décadas de *Billiken* como revista impresa en un contexto de grandes cambios políticos, desde la transición a la democracia, el neoliberalismo de los años de gobierno de Carlos Saúl Menem (1989-1999) y hasta las celebraciones del bicentenario de la independencia bajo la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). *Billiken* se transformó durante estos años en paralelo al auge de la cultura infantil globalizada, dejando atrás su identidad de revista impresa vinculada al curso escolar para convertirse en una marca que albergaba diferentes productos en forma de suplementos, regalos y *spin-offs* y que comenzó a relacionarse con el mundo de la tecnología. El capítulo concluye con una reflexión sobre el contexto que rodeaba el centenario de publicación.

El epílogo considera la transición a producto multiplataforma, todavía en transcurso en el momento de escribir estas líneas. Como parte de esto reflexiono sobre mi propio rol en este proceso a través de mi trabajo colaborativo con la marca, el impacto que mi investigación ha tenido en *Billiken* y el impacto que trabajar con *Billiken* ha tenido en mi investigación. Tan vasto es el archivo que hay muchas otras historias que contar, otros aspectos en los que centrarse y otros enfoques que adoptar que

no están presentes en este libro. El proceso de examinar la totalidad del archivo y seleccionar los temas de análisis surgió como resultado de una mezcla de factores prácticos, situacionales, contextuales y fortuitos. Presentaban desafíos tanto el tamaño del archivo como la distancia geográfica que me separaba de él. El contacto con la entonces Editorial Atlántida surgió en respuesta a esas consideraciones y también por el contexto universitario en mi país, el Reino Unido, donde se valora cada vez más el poder demostrar el impacto de la investigación más allá del mundo académico. A medida que avanzaba el trabajo de archivo, me iba convirtiendo en participante activa en el reto de que *Billiken* vuelva a ocupar su lugar en la conciencia colectiva del país, utilizando la historia para dar forma a nuevas narrativas en torno al centenario, colaborando en la creación de productos y participando en el proceso de diseñar el futuro de la revista más allá del papel.

En el año de su centenario, me hice cargo de la curaduría de dos versiones diferentes de la misma exposición que contaba la historia de *Billiken*. La primera, para la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires y que posteriormente se trasladó al Museo de Bellas Artes de General Roca, se basaba en el único criterio de mostrar los hallazgos de la investigación. La segunda fue una versión institucional para Atlántida, más nostálgica y que eludía los aspectos problemáticos de la historia de la revista como parte de las conmemoraciones oficiales de su centenario en el Congreso de la Nación. La elaboración de diferentes narrativas para atraer los intereses de distintos públicos me hizo tomar conciencia de la multiplicidad de significados que encierra y transmite *Billiken* y de su naturaleza a menudo contradictoria. El presente libro representa el intento de reunir algunas de ellas, aun

reconociendo la naturaleza intrínsecamente mediada del propio proyecto de investigación en la elección de temas para el análisis.

Billiken contaba la historia de la nación argentina de una forma cíclica y repetida, ganando tal impulso que se convirtió en parte de la propia historia nacional. Por supuesto, no todo el mundo la leyó. Muchas familias decidieron no comprarla y muchas no pudieron permitirse el gasto. Distintos contingentes dentro del público infantil no se habrán identificado con su lector imaginario: blanco, de clase media, heteronormativo y muchas veces masculino por defecto. Pero durante cien años esta revista ocupó un lugar importante en la vida cultural argentina. Fue compañera de infancia de generaciones de escolares y la marca sigue vigente en gran medida gracias a la buena voluntad de la nostalgia. El director de *Billiken*, Euhen Matarozzo, se opuso al título de un simposio académico que organicé junto con colegas en Londres en 2019: “¿Periódicos en la periferia? Revistas y la cultura impresa en América Latina”. *Billiken*, argumentó, no estaba en la periferia sino muy en el centro. Como parte de ese evento, organizamos un taller sobre palabras clave para explorar las metodologías y vocabularios que las que estudiamos las publicaciones periódicas podemos compartir. Las palabras clave de los académicos incluían conceptos como intermedialidad, precariedad, efimeridad, serialidad y periodicidad. Euhen, el único representante de la industria presente, compartió una lista de palabras bastante diferente: el trabajo, mis colegas, el presupuesto, los plazos. Esta historia de *Billiken* se escribe en los cruces entre la investigación y la producción en el contexto de este encuentro entre el mundo académico y la industria.

1 La historia de Marco se publicó en *Billiken*, Nº 4943, 13/11/2014. Agradezco a Alba Lucía Valencia Carmona, hija de Marco, por la información adicional.

2 Entrevista a Mirta Toledo con motivo del centenario de *Billiken*, Congreso de la Nación Argentina, 19/11/2019. El discurso del embajador se publicó en *Gente*, Nº 2821, 13/8/2019.

3 Michael Billig, *Banal Nationalism* (Londres: Sage, 1995).

4 Mirta Varela, *Los hombres ilustres del Billiken: héroes en los medios y en la escuela* (Buenos Aires: Colihue, 1994).

5 David Abrahamson, "Magazine Exceptionalism", *Journalism Studies*, 8.4 (2007), 667-70.

6 Domingo Faustino Sarmiento, *Facundo o Civilización y barbarie* (Buenos Aires: Biblioteca del Congreso de la Nación, 2018 [1845]).

7 Georgette Magassy Dorn, "Sarmiento, the United States, and Public Education", en *Sarmiento and his Argentina*, ed. por Joseph T. Crisenti (Boulder y Londres: Lynn Rienner, 1993), pp. 77-89 (pp. 80-83).

8 Lucía Lionetti, *La misión política de la escuela pública: formar a los ciudadanos de la República (1870-1916)* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2019). Ebook, capítulo 6.

9 Beatriz Sarlo, *La máquina cultural: maestras, traductores y vanguardistas* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2017), p. 37.

10 Sandra Carli, *Niñez, pedagogía y política: transformaciones de los discursos acerca de la infancia en la historia de la educación argentina entre 1880 y 1955* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2002), p. 37.

11 Pierre Bourdieu, *On the State: Lectures at the Collège de France, 1989-1992* (Cambridge; Malden: Polity, 2014), p. 158.

12 Lionetti, capítulo 8. Véase también Lilia Ana Bertoni, *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas: la construcción de la nacionalidad argentina a fines del siglo XIX* (Buenos Aires: Edhasa, 2001).

13 Paula Bontempo, "Los niños de *Billiken*: Las infancias en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX", *Anuario del Centro de Estudios Históricos "Prof. Carlos S.A. Segreti"*, 12 (2012), 205-21.

14 María Carolina Zapiola, "Niños en las calles: Imágenes literarias y representaciones oficiales en la Argentina del Centenario", en *Formas de historia cultural*, ed. por Sandra Gayol y Marta Madero (Buenos Aires: Prometeo, 2007), pp. 305-32.

15 Inés Dussel, "La gramática escolar de la escuela argentina: un análisis desde la historia de los guardapolvos", *Anuario de la Sociedad Argentina de Historia de la Educación*, 4 (2003), 11-36.

16 Nº 2772, 26/2/1973.

17 Marah Gubar, "Risky Business: Talking about Children in Children's Literature Criticism", *Children's Literature Association Quarterly*, 38.4 (2013), 450-457 (p. 454).

18 Jens Qvortrup, "Childhood Matters: An Introduction", en *Childhood Matters: Social Theory, Practice and Politics*, ed. por Jens Qvortrup *et al.* (Aldershot: Avebury, 1994), pp. 1-23 (p. 4).

19 Nº 2667, 22/2/1971.

20 Eric Jon Bulson, *Little Magazine, World Form* (Nueva York: Columbia University Press, 2016), p. 5.

21 Sandra M. Szir, *Infancia y cultura visual: los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2007), p. 26; Roger Chartier, *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1994).

22 Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* (Barcelona: G. Gili, 1987), p. 179.

23 Lauren Rea, *Argentine Serialised Radio Drama in the Infamous Decade, 1930-1943: Transmitting Nationhood* (Farnham y Burlington, VT: Ashgate, 2013).

24 Sandra M. Szir, "Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual. Buenos Aires, 1880-1910", en *Travesías de la imagen: historias de las artes visuales en la Argentina*, t. 1, ed. por María Isabel Baldassare y Silvia Dolinko (Buenos Aires: CAIA; EDUNTREF, 2011), 65-93 (pp. 68-71).

25 María Paula Bontempo, *Editorial Atlántida: un continente de publicaciones, 1918–1936* (tesis de doctorado, Universidad de San Andrés, 2012); Varela, *Los hombres ilustres del Billiken*, p. 24.

26 Nº 1304, 13/11/1944. Cifras de circulación: Nº 1042, 6/11/1939, Nº 1252, 15/11/1943. Cálculo de lectores por ejemplar: Nº 592, 23/3/1931. El Instituto Verificador de Circulaciones funcionó a partir de diciembre de 1946. Antes de esta fecha, algunos anuncios de la tirada de *Billiken* iban acompañados de la frase "De esta tirada nos responsabilizamos moral y legalmente ante quienes anuncian en Billiken" (Nº 1338, 9/7/1945).

27 Szir, *Infancia y cultura visual*, p. 21.

28 Sandra Szir, "De la ilustración didáctica a la imagen lúdica y publicitaria. El proceso de masificación de la prensa periódica para la infancia (1880-1910)", en *Discutir el canon. Tradiciones y valores en crisis* (Buenos Aires: CAIA, 2003), pp. 237-48; Szir, *Infancia y cultura visual*, pp. 111-47.

29 Alan Prout, "Taking a Step Away from Modernity: Reconsidering the New Sociology of Childhood", *Global Studies of Childhood*, 1.1 (2011), 4-14 (p. 11).

30 Néstor García Canclini, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Buenos Aires: Sudamericana, 1992).

CAPÍTULO 1

De la fundación literaria a una identidad gráfica para *Billiken* (1919-1945)

Cuando *Billiken* salió a la calle, el 17 de noviembre de 1919, se posicionó como una revista moderna para una infancia moderna. No tardó en ganar su lugar en el mercado y se consolidó rápidamente como una compañera indispensable de las infancias. Esto fue, en gran medida, autogestionado. En cada aniversario se tomó la oportunidad de reflexionar sobre su propia importancia y de esa forma se creó una narrativa institucional que proyectaba un legado para esta revista aun cuando recién había empezado. Desde el primer momento también en sus páginas se proyectaba a sus lectores hacia el futuro, construyéndolos como ciudadanos o, más concretamente, como "hombres del mañana" y "futuras madres". En sus primeros años, *Billiken* era muy diferente de lo que llegaría a ser, tanto en sus contenidos como en su visualidad. Se asemejaba originalmente a una revista literaria ya que publicaba hasta ocho cuentos cortos y tres entregas de cuentos serializados cada semana. Al final del período que abarca este capítulo, ya había alcanzado la forma por la que se la conoce: una revista gráfica organizada en torno al calendario escolar. En 1925 Constancio C. Vigil pasó el mando de *Billiken* a su hijo, Carlos. Mientras su padre se

dedicaba a afianzar su legado como autor de libros infantiles, Carlos Vigil desarrollaba el patrón editorial de *Billiken* que mantendría durante su vida como publicación impresa. Este capítulo explora las tensiones que surgen en este largo período de transición en el traspaso de padre a hijo, de la literatura a la gráfica y de lo cosmopolita a lo nacional.

Los primeros años de Billiken: *Constancio C. Vigil como padre y fundador*

Constancio C. Vigil, nacido en Rocha, Uruguay, en 1876, tuvo un dramático comienzo en la vida cuando su cuna recibió los balazos destinados a su padre, opositor al dictador Lorenzo Latorre.[31] Se mudó a Buenos Aires en 1903 y, tras sus primeras iniciativas en publicaciones periódicas, la infantil *Pulgarcito* y la agraria *Germinal*, creó *Mundo Argentino* para la Editorial Haynes en 1911. Inició su propia revista, *Atlántida*, en 1918 y abrió poco después la Editorial Atlántida. Vigil lanzó *Billiken* en 1919 con un nombre y una primera tapa que no presagiaban su lugar en la cultura nacional argentina. El nombre elegido para la flamante publicación hacía referencia a una figura cuyo diseño fue patentado por la ilustradora Florence Pretz, de Kansas City, en 1908. En Estados Unidos, en la década de 1910, se pusieron muy de moda los productos con la imagen de este Billiken, un amuleto de la buena suerte, comercializado como “El dios de las cosas como deben ser”. Vigil no fue el único empresario editorial que se sintió atraído por el nombre. En Venezuela, Lucas Manzano fundó, también en 1919, el semanario literario *Billiken* que editó hasta su cierre en 1958. Más allá del mundo editorial, en 1915, la Universidad de Saint Louis en los Estados Unidos adoptó la figura del Billiken como mascota del equipo de atletismo. La figura se introdujo en el folclore de Alaska y también inspiró el

personaje en torno al cual se creó el desfile anual afroamericano “Bud Billiken” de Chicago. Su alcance cultural se extendió a Japón, donde la ciudad de Osaka cuenta con varias estatuas del Billiken.

La figura de Pretz estuvo presente en la revista de Vigil hasta 1925. El primer logo formaba la “B” de Billiken como un muñeco Billiken de perfil e incorporaba también ilustraciones de la figura. El Billiken aparecía ocasionalmente en las ilustraciones de tapa y se utilizaba en los anuncios de la tienda Billiken, La Casa de los Niños, que vendía juguetes y ropa infantil y ofrecía un plan de ahorro para “asegurar el porvenir de los niños”. En el primer número se reconocía el carácter “prestado” del nombre, pero no sus orígenes verdaderos. Un cuento narra que el Billiken era una estatua de un pequeño dios que vivía en un templo de la India y que, tras trascender su forma física para viajar por el mundo a llevar alegría a los niños, decidió instalarse en Argentina. Más tarde, en las notas publicadas para conmemorar los aniversarios de la revista, Pretz continuó siendo desplazada como la creadora del Billiken. Esta vez fue un personaje inventado por la redacción, un tal Billy Kent, quien tomó su lugar. Estas versiones inventadas del origen del nombre nunca coincidían en los detalles pero perduraron en el tiempo. En una nota para el aniversario de 1993, se dijo que Billy Kent era un inventor inglés que creó un modelo de un dios hindú. En 1994 se contaba que Billy Kent era de Norteamérica y que fabricó el muñeco “Billy-kent”, pero fue Constancio C. Vigil quien unió las dos palabras para formar “Billiken”. En 1999, una publicación especial con motivo del 80º aniversario mantuvo la historia de Billy Kent y consiguió mezclar el budismo con el hinduismo en su descripción del Billiken como ídolo religioso. Pretz fue finalmente reconocida como la verdadera creadora del Billiken en las páginas de la revista en el año de su centenario, poniendo

fin a un largo episodio en el cual un hombre ficticio tomó el lugar de una mujer real.[32]

La llamativa ilustración de la tapa inaugural mostraba a un niño futbolista con una postura desafiante y evidencia de las lesiones sufridas durante el partido. Considerada hoy icónica dentro de la cultura gráfica argentina, también procedía de Estados Unidos: era una versión modificada de una ilustración de J.C. Leyendecker que había aparecido en la tapa del *Saturday Evening Post* en noviembre de 1914. Este acto fundacional de plagio, nunca reconocido oficialmente en la revista hasta el momento de su centenario, siempre fue de conocimiento común en el mundo de la ilustración por el estatus de Leyendecker como artista comercial pionero. El futbolista de Leyendecker fue acriollado para su aparición en la tapa argentina. Se le oscureció el cabello, se cambió la bandera del equipo y se retiró el protector facial, que originalmente sujetaba con la mano izquierda, transformando el deporte de fútbol americano en fútbol. Sin embargo, la tapa mantuvo la asertividad rebelde del chico y *Billiken* se lanzó con una imagen de infancia indisciplinada, moderna e internacional. Las imágenes de niños rebeldes y modernos no aparecerían con regularidad en las tapas hasta que Lino Palacio asumió el cargo de portadista principal en 1938. Se tardó 69 años en publicar una imagen de una niña que coincidiera explícitamente con la energía rebelde del niño futbolista de Leyendecker (véase la figura 3).

En el momento de crear *Billiken*, Constancio C. Vigil combinó diferentes corrientes ideológicas y pedagógicas vigentes en aquel momento para dar forma a un producto nuevo, moderno y comercialmente viable. Los primeros años de la revista coincidieron con las corrientes democráticas de pensamiento sobre la infancia y la escuela propugnadas por la versión argentina del movimiento de la Escuela Nueva. Como explica Sandra Carli, estas corrientes buscaban restaurar las consideraciones sobre la “naturaleza”

de los niños y su "espiritualidad" en el pensamiento pedagógico y recuperaban a Rousseau para enfatizar la tendencia natural de los niños hacia la benevolencia. La Escuela Nueva promovía un enfoque del aprendizaje centrado en el niño que valoraba su autonomía y espontaneidad y contrastaba con las influencias positivistas de las Escuelas Normales de Sarmiento.[33] Este movimiento estuvo enmarcado por dos períodos en los que se enfatizó el rol patriótico de la escuela: el centenario de la independencia (1910-1916) y la Década Infame (1930-1943), cuando se intensificó el nacionalismo católico. Mientras *Billiken* acompañaba y reforzaba el proyecto del Estado nación de homogeneizar a la población a través de la escuela pública, el posicionamiento ideológico de Vigil ponía en contacto su proyecto editorial con discursos pedagógicos más democratizadores. El eje de su obra, *El erial* (1915), es una colección de cartas, parábolas y plegarias escritas como respuesta pacifista a la Primera Guerra Mundial. Las influencias del panamericanismo de José Enrique Rodó y del espiritualismo del filósofo alemán Karl Christian Krause también son identificables en el texto.

Vigil entretejió su vida y sus creencias en *Billiken*, y en las narrativas institucionales de la Editorial Atlántida, ajustándolas a los cambios en el clima político. Paralelamente a su participación en la Asociación Pro Derechos de la Mujer y a la promoción de las mujeres dentro de su organización, creó revistas que perpetuaban las nociones conservadoras de las normas de género. Escribió en *Atlántida* a favor del golpe militar de 1930, pero se promocionó a sí mismo como pacifista: en 1936 se formó un comité para presentarlo como candidato al Premio Nobel de la Paz en reconocimiento a su mediación en la Guerra del Chaco. El espiritualismo anticlerical de sus escritos tempranos convivió con su identidad cada vez más enraizada como escritor católico, hasta el punto de que se le concedió

la Cruz Lateranense en 1949.[34] Estas ideologías cambiantes explican, hasta cierto punto, las contradicciones en el corazón de *Billiken*. La revista absorbió y conservó elementos de estas improntas ideológicas contrapuestas, y la tensión resultante entre innovación y conservadurismo perdura desde el momento de la fundación a lo largo de toda su historia.

La presencia de discursos intelectuales y pedagógicos en *Billiken* se usó para desviar la atención de los objetivos comerciales de Atlántida, que para los estándares de la época se consideraban indecorosos, para posicionar a este proyecto editorial en una esfera más elevada. A lo largo de la década de 1920 aparecía periódicamente el siguiente aviso sobre la literatura que se publicaba en la revista:

> Estos relatos están cuidadosamente seleccionados y nada hay en ellos que pueda perjudicar a la niñez. El hecho de aparecer en *Billiken* es la mejor garantía que pueden tener padres y maestros con respecto a su naturaleza y su publicación no obedece a otro fin que el de substraer al niño, ávido de emociones, de la influencia de otras lecturas altamente perjudiciales.

En la década de 1930, este aviso se modificaba para reflejar la creciente tendencia en la revista a promover la moral religiosa por encima de la moral laica: “Todo cuanto publica Billiken está cuidadosamente seleccionado del punto de vista moral y religioso”.[35] La propensión por restar importancia a las ambiciones comerciales situó a *Billiken* en el ámbito del periodismo, que se consideraba una actividad académica más que comercial, e identificó a periodistas, impresores e ilustradores como intelectuales y artistas, más que como trabajadores.[36] La brecha entre esta negación del contexto de la producción y las realidades sociopolíticas es especialmente amplia en el

momento fundacional, cuando Vigil, como propietario, estaba en conflicto directo con sus trabajadores. A finales de 1919, compró sus propias imprentas para tener más control sobre los obreros gráficos en el contexto de los paros laborales y la represión brutal de las huelgas que continuaban desde la Semana Trágica de enero del mismo año.[37]

Vigil se promocionaba como periodista, escritor, fundador y padre, y no como empresario, propietario o emprendedor. Derivó prestigio de sus contactos en los círculos literarios, editoriales y educativos en donde se movía. En Montevideo, había fundado el semanario literario-político *La Alborada* desde el cual organizó un concurso latinoamericano de cuentos. El ganador del segundo lugar fue Horacio Quiroga, también uruguayo, quien se mudó a Buenos Aires poco después de Vigil. La primera contribución de Quiroga a las revistas de Editorial Atlántida fue el cuento *Juan Polti: Half-back* en *Atlántida* en mayo de 1918. En 1924 Quiroga publicó en *Billiken*, de forma anónima, 10 cuentos posteriormente editados como "Cartas de un cazador". Vigil y Quiroga también se relacionaron a través de Leopoldo Lugones, el primer autor publicado por la división de libros de Atlántida en 1919 y colaborador habitual de *Atlántida* en los primeros años.[38] Otra luminaria de la literatura latinoamericana involucrada desde el principio fue la chilena Gabriela Mistral, futura premio Nobel. Es común leer que Vigil le ofreció la dirección de la revista. La evidencia para esto procede de una carta que Mistral escribió al director de la Escuela Normal, Maximiliano Salas Marchán, apenas un mes después de la publicación del primer número. Mistral le comenta que había estado a punto de aceptar la oferta, pero que en su lugar había decidido colaborar desde Chile y le pide algunos de los materiales que él había traído de Estados Unidos. Describe *Billiken* como "escolar", en lugar de utilizar su consigna

"la revista de los niños", e informa a Salas Marchán que Vigil necesitaba láminas y literatura infantil para su nuevo proyecto.[39]

Aunque no se identificaba todavía a *Billiken* como una revista escolar, ya se promovía todo su contenido como "educativo". En 1921, en una nota editorial en referencia a su segundo aniversario se lee: "A través de la ingenua puerilidad de sus cuentos, en sus sencillas máximas, en sus sabios consejos y hasta en la travesura de sus regoncijadas historietas, hallaréis palpable o disimulada una enseñanza". *Billiken*, continuaba la nota, ayuda a los niños a aspirar a la perfección y les enseña: "no con el gesto severo de un preceptor adusto y gruñón, sino amable, dulce, alegremente". Las notas publicadas para conmemorar los aniversarios servían como vehículos para transmitir la misión de *Billiken* y promover la ideología de Vigil. Reproducían, además, los conceptos alrededor de los niños como ciudadanos en formación. En la nota para el aniversario de 1923 se lee: "A nosotros nos parece que al enseñar a los que hoy son niños, modelamos en el alma grande del pueblo argentino y también del pueblo americano de mañana". Imbuir a la revista la responsabilidad de formar futuros ciudadanos fue una forma de legitimarla a los ojos de docentes y familias. A continuación, la nota afirma que los que trabajan en la revista contribuyen a la educación moral de sus lectores, en colaboración con sus padres y maestros: "¡Es como si tuviéramos muchos, muchísimos hijos bien amados!". La relación paternofilial imaginada aquí también se vinculaba a la construcción de Vigil como padre-fundador. *Billiken* fue "concebido y fundado expresamente para vosotros, por alguien que los ama con amor de padre y de maestro".[40]

En 1925, último año de Vigil como director, la nota editorial para el aniversario se escribe en primera persona, en la voz de *Billiken*, que se presenta como una entidad con cuerpo y alma: "Soy un niño como ustedes

… Voy creciendo poco a poco, a través de las dificultades propias del desarrollo”. La idea de la entidad corporal se acentúa con un juego de palabras que se establece alrededor de “cuerpo de papel”. La nota explica que las ediciones vendidas en los últimos siete años pesarían tres millones de kilos y la ventaja de peso de *Billiken* le ha permitido eliminar a 20 competidores para ser el único que queda en el ring. Este peso implica un sacrificio: “Todo un bosque ha desaparecido para darme vida a mí, con el fin de entretenerlos y de enseñarles cuanto puedo”. Hay, entonces, una deuda de honor: “Sería un crimen que mi substancia, de tan noble origen, se empleara en pervertir el corazón de los niños o en perturbar su mente con ideas disparatadas”. La nota no se limita a una declaración de objetivos ideológicos, sino que también explica el modelo financiero para justificar el precio de compra de 20 centavos. Se nos dice que Editorial Atlántida vende cada ejemplar a 14¼ centavos y que la diferencia se la quedan los revendedores y los canillitas. Se enumeran los costos que debe cubrir ese precio de venta y se invita a los lectores a comparar esta revista, impresa en papel de alta calidad, con grabados y colores, con productos de precio de venta equivalente como una bolsa de caramelos o un paquete de cigarrillos nocivos. Esta explicación es un reconocimiento de *Billiken* como producto comercial, aunque uno de propósitos elevados, y también de los niños como consumidores que tienen el poder de la elección, pero a los que también se puede guiar para que elijan “correctamente”. La nota de 1925 también incorpora un guiño al cambio de guardia: “Yo sé que viviré mucho, mucho más que este señor Vigil que tanto me cuida. Él se va poniendo viejo; yo estoy cada vez más fuerte”.[41]

Las notas editoriales que marcaban los aniversarios eran autocomplacientes sobre el trabajo realizado hasta la fecha y se utilizaban estratégicamente para crear una narrativa que se proyectaba hacia el futuro.

En la de 1923, se ve que hay consciencia del legado generacional que la publicación sostenida llegaría a crear: “Mañana, cuando seáis a vuestra vez padres, sabréis qué inmensa dicha es tener hijos bondadosos, inteligentes, capaces de todo buen sentimiento”. En el discurso que se elaboraba alrededor de los aniversarios, no se limitaba a construir el futuro de los niños, sino que construía el futuro de la propia revista, incluso cuando todavía se encontraba en la fase inicial de cultivar a su público lector. En los primeros años se centraban las estrategias de participación e interacción a través de la formación de comunidades de lectores y la organización de eventos y concursos. Se dio espacio a la publicación de fotos, cartas de lectores e informes sobre eventos celebrados por los grupos de niños y niñas que se organizaban en los Comités Billiken. Estos comités lideraban iniciativas filantrópicas, perpetuando la idea de *Billiken* como una fuerza del bien y solidificando las conexiones emocionales entre la revista y sus lectores.[42] La participación lectora también fue una estrategia para incentivar la compra: las madres la compraban para ver si se había publicado la foto mandada para la serie de retratos “Madres e hijos”; los integrantes de los Comités Billiken la compraban para ver si quedaba registrado el último evento de su comité. Este contenido se fue eliminando en la década de 1930, cuando la tirada pasó de una media semanal de 103.000 ejemplares en 1931 a 200.000 en 1943 y a 325.000 en 1944. Como tendencia general, los períodos de mayor tirada son los que incluyen menos fotos de lectores.

Las cifras de circulación se publicaban en *Billiken* para mostrarse ante sus lectores como una publicación exitosa y también para atraer y retener a los anunciantes. Las notas editoriales animaban a los lectores a pasar su ejemplar a alguien que no pudiera permitírselo, reforzando su identidad como revista de clase media que promovía las donaciones caritativas en la

ausencia de un Estado de bienestar. En un anuncio de 1931 se lee: “*Billiken* no es un caramelo, el que pronto se acaba; dura años y es preciso que sus lectores sepan bien esto, para prestarlo generosamente a los hermanos y también a los amiguitos que no lo pueden comprar”.[43] Es válido presumir que tales prácticas también se fomentaban porque ayudaban a alcanzar el cálculo de cinco lectores por ejemplar vendido, una cifra que se usaba para atraer anunciantes. Vigil se comprometió personalmente con la construcción de la comunidad de lectores, como demuestran sus respuestas a las cartas. Las siguientes respuestas, seleccionadas del número 214 (24 de diciembre de 1923), son indicativas de dicha correspondencia.

> Violeta Leiva. Montevideo. Queda registrado el Comité. Envíe cuanto antes los nombres de las niñas que forman la comisión directiva.
> Angelina Grandi. Capitán Sarmiento. Las fotografías se recibieron. En breve se publicarán.
> Ana María Quiro. Caucete, San Juan. Contesto por la revista porque su carta llegó tarde y ustedes ya deben haber partido de esa ciudad. Complacido espero su visita cualquier día hábil de 15 a 18 horas en esta redacción, Patricios 233.
> M. Méndez. Málaga. Su cartita me ha causado satisfacción porque veo que no solamente en las repúblicas sudamericanas tengo buenos amigos, sino que también en lejanas tierras.
> Inés Margarita Stroeder. Mamá Catalina aceptará gustosa mantener correspondencia con usted; su cartita me demuestra que es usted una buena niña.

Mamá Catalina, cuya correspondencia con lectores también se publicaba, fue desenmascarada en el número aquí citado como Carmen S. de

Pandolfini, la primera mujer miembro del Consejo Nacional de Educación. También colaboraron Mercedes Dantas Lacombe, poeta, periodista y cofundadora del Club de Mujeres Argentinas, además de Margarita Rothkoff, dramaturga y editora de la revista feminista *Unión y Labor*. La directora de escuela y autora de libros infantiles María Leonor Smith de Lottermoser fue colaboradora también, al igual que la escritora y periodista uruguaya María Morrison de Parker, quien firmó la nota editorial para el aniversario de 1921. Es importante reconocer la cantidad de mujeres que trabajaron con *Billiken* y Editorial Atlántida durante los primeros años, y la pertenencia de Vigil a la Asociación Pro Derechos de la Mujer, porque estos hechos potencialmente complican el recuerdo que a menudo se mantiene de Vigil como ultraconservador y reaccionario. O, al contrario, puede ser que estos hechos arrojen luz sobre su pensamiento estratégico, dado que tanto la educación como la literatura infantil eran mundos ampliamente dominados por las mujeres. También cabe mencionar que, aunque las mujeres eran tratadas con respeto profesional y alabadas por sus logros en las páginas de la revista, su tratamiento difería del de los hombres. En 1925, un número especial dedicado al comienzo de las clases incluía fotos de tres autoras y tres autores de los libros de lectura escolares de mayor difusión. Los hombres están fotografiados detrás de sus escritorios para resaltar su erudición y sus credenciales profesionales. Las mujeres, en cambio, aparecen junto con niños para mostrar que es su instinto de cuidadoras lo que las llevó a la enseñanza y que escribir libros de lectura es una extensión de su condición natural.

Los “hombres del mañana” y las “futuras madres”

En el caso de Marilú, el primero de los productos derivados de *Billiken*, convergieron las tensiones entre los objetivos comerciales y los valores socialmente apropiados en el contexto de la disyuntiva entre la teoría y la práctica del lugar de la mujer en la sociedad. El involucramiento de Atlántida con la muñeca Marilú surgió de la asociación de Vigil con la creadora de este producto, Alicia Larguía. Larguía, madre divorciada y empresaria, llevaba una vida muy distinta de la visión que se promovía entre las niñas lectoras sobre su futuro ideal. El éxito de Marilú se vio alimentado por su aparición en *Billiken*, a partir de noviembre de 1932 en cuentos escritos por Larguía bajo el seudónimo de Tía Susana. La muñeca se vendía en el negocio de la editorial, Casa Atlántida. De 1933 a 1937, Editorial Atlántida publicó semanalmente la revista *Marilú*, "dedicada a las mujercitas de mañana" y que se promocionaba como:

> indispensable en los hogares donde se aspira a realizar en las hijas la mujer ideal: aquella que, junto a las dotes espirituales que la conviertan en una agradable compañera de todos los momentos, reúne los conocimientos prácticos que la transforman en hada de la casa.[44]

Marilú luego se convirtió en una revista mensual de moda femenina, pero entre 1948 y 1951 la muñeca Marilú volvió a aparecer periódicamente en *Billiken* en una doble página titulada "El ajuar de Marilú".

A lo largo de toda la vida comercial de esta muñeca, se mantuvo un discurso madre-hija. En 1933, se anunció el encargo de una tercera remesa de muñecas a Alemania ya que la segunda había sido reservada en su totalidad por "futuras mamitas". Un anuncio de 1951 de Marilú, de 55 cm de altura, explica que ahora las niñas pueden tomar a esta muñeca de la mano y pasear con ella como una "verdadera hijita". Como observa Daniela

Pelegrinelli, Tía Susana ofrecía consejos sobre cómo cuidar a Marilú, a la vez que promocionaba las últimas colecciones de accesorios y ropa como compras "necesarias" que una "buena madre" tendría que proveer a su "hijita".[45] Mientras Larguía animaba a sus lectoras a gastar, las notas editoriales de *Billiken* hacían hincapié en el hecho de que Marilú se vendía al precio de costo y que no se obtenía ningún beneficio comercial de la muñeca. Los cuentos de Marilú solían acompañarse de patrones de vestidos para que las "madrecitas" que no podían permitirse comprar la última tendencia en ropa pudieran confeccionarla ellas mismas y, de este modo, practicar algunas de las habilidades que necesitarían emplear en su futuro papel. La frugalidad era también una virtud admirable que debían cultivar las futuras amas de casa.

El contenido impreso del producto Marilú ofrecía la orientación práctica para convertir a estas niñas ideales en mujeres ideales, ayudándolas a cumplir su destino maternal y patriótico. Otras páginas de *Billiken* destinadas específicamente a las niñas cumplían una función similar. A principios de la década de 1930, la página "La hermanita mayor" ofrecía patrones de vestidos, recetas y "consejos útiles" de limpieza que incluían métodos para abrillantar la cristalería y renovar los sombreros masculinos tras los daños causados por la lluvia. Una década más tarde, la nueva iteración de esta página pasó a llamarse "Labores para niñas" y más tarde se transformó en "Trabajos manuales escolares". Estas páginas reflejaban los planes de estudios, ya que la Ley 1420 estipulaba la instrucción obligatoria de las niñas en "Labores de manos y nociones de economía doméstica".[46] En *Billiken,* los primeros ejemplos de páginas de labores se centraban en el bordado y se incluían en números que también contenían la página de "Entretenimientos". Esta última contaba con actividades prácticas, científicas o de ingeniería, como fabricar una lámpara con batería para

llevar de campamento, trabajos decorativos en madera y consejos de jardinería, así como trucos y juegos de magia. Como todo el contenido de entretenimiento estaba dirigido a los varones, como el lector masculino por defecto, las secciones para niñas se etiquetaban como tal. Siguiendo esta lógica, la página de entretenimientos se dirigía a los varones aunque no se lo especificara. Por supuesto, nada impedía que las chicas leyeran esta página y prefirieran la carpintería al bordado, pero aquí hay una notable división entre la naturaleza del trabajo manual de los chicos, que es ingenioso, aventurero y tiene lugar al aire libre, y el trabajo manual de las chicas, que requiere la contención individual y la contemplación tranquila. Es notable también el encuadre de este primero como “entretenimientos” y del segundo como “labores”.

También en el material escolar de la revista se preparaba a las niñas para sus futuras labores. En una pieza para segundo grado sobre el tema del trabajo, una madre baña al bebé, cose, enseña a los niños a comer correctamente, los lleva a la escuela y se ocupa de la casa.[47] En “La vida en el hogar”, material para primer grado, la madre sirve el desayuno antes de que el padre salga para trabajar. Ella pasa el día limpiando la casa, tejiendo y cuidando de su hijo, mientras que el padre sólo aparece a la hora de comer (véase la figura 4). A medida que aumentaba el contenido escolar en *Billiken*, se usaba cada vez más para reforzar los roles de género tradicionales. El Día de la Madre también brindaba una oportunidad para representaciones similares. En 1941, el homenaje rendido a las madres utilizaba fotografías, ilustraciones y un poema para mostrar todo lo que una madre hace por sus hijos, desde llevarlos a la escuela hasta ocuparse de la casa. Todas las representaciones, excepto una, son de una mujer blanca. En la última imagen, una mujer vestida con un traje tradicional andino, posiblemente Aimara, da la espalda a la cámara y lleva un bebé a cuestas.

Esta mujer indígena se utiliza para universalizar el concepto de maternidad: "De cualquier raza que sean y cualquier lugar que habiten las madres son siempre tiernas y abnegadas".[48]

En la década de 1930, *Billiken* incluía dos representaciones contrastantes de lo que significaba ser varón. La serie de cuentos por entregas "Emociones futbolísticas de Comeuñas" seguía las travesuras de los muchachos del Sacachispas Fútbol Club. Las hazañas de estos chicos recuerdan la imagen manipulada de Leyendecker, en la tapa inaugural, por las conexiones que se establecen entre libertad, rebeldía, masculinidad, fútbol y argentinidad. La serie fue obra de Borocotó, seudónimo de Ricardo Lorenzo Rodríguez, periodista uruguayo y futuro director de *El Gráfico*. Este vínculo directo con otra revista de Atlántida muestra cómo el destino de los "hombres del mañana" de *Billiken* incluía ser lectores del mañana de *El Gráfico*. Los chicos rebeldes y traviesos de los cuentos de Borocotó entraban en tensión con la construcción de la infancia masculina predominante en *Billiken* en aquella época ya que la misión de la revista se autodefinió como "hacer más buenos e instruidos a los niños, esos hombres del mañana, de los que tanto espera la patria". Los hombres del mañana deben ser alumnos ejemplares hoy y la figura del alumno ejemplar se representaba en páginas ilustradas que muestran cómo éste va a la escuela todo el año, llueva o truene, se aplica con constancia, se congracia con su maestro y sus compañeros por su buen carácter y hace orgullosos a sus padres. En la década de 1930, *Billiken* ya formaba a una segunda generación de futuras madres y hombres del mañana y sus responsables tenían la certeza de haber cumplido con las declaraciones de principios elaboradas en las notas editoriales de los primeros aniversarios. La nota para conmemorar el 18º aniversario afirmaba que todos los niños que tuvieron en sus manos el primer número son ahora "hombres de provecho,

madres dispuestas y abnegadas, padres cariñosos que unieron a las enseñanzas de su hogar y de su escuela lo aprendido en las páginas de *Billiken*”.[49]

Jerarquías literarias: Billiken *y Biblioteca Billiken*

En 1925, Constancio C. Vigil se convirtió en director general de Editorial Atlántida, traspasando la responsabilidad de *El Gráfico* a su hijo Aníbal y la de *Billiken* a su hijo Carlos. Los cambios coincidieron con el traslado de la empresa a la calle Azopardo, en el barrio de Monserrat. La mudanza a este “verdadero palacio de la industria” fue anunciada como una nueva era para Atlántida. Se promocionó como parte de un proyecto sin escatimar gastos que prepararía a la editorial para el futuro y que incluía también la triplicación de las imprentas.[50] A partir de ese momento, Vigil dedicó gran parte de su tiempo a la literatura infantil como una forma de construir y preservar su legado. Es difícil de determinar exactamente cuántos libros escribió debido a los cruces en algunas colecciones de cuentos. En una versión anterior del sitio web institucional de Editorial Atlántida se listaban 85 libros infantiles, además de sus obras más teóricas y los manuales de consejos como *La educación del hijo* (1941). Vigil adaptó algunos libros específicamente para su uso en las escuelas. Según avisos publicados en *Billiken*, cinco de ellos, incluyendo *Marta y Jorge* y *Mangocho*, fueron aceptados como libros oficiales de lectura en la escuela primaria en Argentina. Este reconocimiento se extendió también a otros países como Bolivia, la República Dominicana y Uruguay, donde sus libros se aprobaban como textos escolares oficiales. Su éxito se debió también a la autopromoción y al aprovechamiento de sus numerosos contactos en los entornos literarios y educativos. El archivo del entonces presidente

guatemalteco Juan José Arévalo contiene un telegrama de 1947 de Constancio C. Vigil, en el que agradece al presidente "su noble y prestigiosa ayuda para difundir mis libros en su patria". Este es un indicio de la acción directa que tomó en la promoción de sus libros por toda la región.[51]

Las noticias de la creciente aclamación de su obra se publicaron en *Billiken* para asegurar a docentes y familias de que era una publicación de alta calidad fundada en base de principios pedagógicos sólidos. A su vez, se utilizaba la revista para promocionar los libros del fundador y perpetuar la narrativa sobre su legado. Como resultado del fundamento laico de la Ley 1420, la Iglesia católica se vio desplazada en las escuelas de su posición tradicional de impartir valores morales. Las materias como Instrucción Moral y Cívica ocuparon ese lugar y los libros de lectura apoyaban esta enseñanza de la moral laica.[52] En la comercialización de los libros de Vigil por parte de *Billiken*, se mantenía una división entre sus libros de lectura escolares y sus cuentos de entretenimiento basadas en personajes originales como *La Hormiguita Viajera* y *El Mono Relojero*. Estos últimos se promovían como sanos, saludables y de valor moral intrínseco, pero se distinguían de los libros de lectura escolares por la cantidad y calidad de sus ilustraciones. Sabemos que Vigil había identificado al público infantil como un mercado importante por su afán a la lectura. En una carta a Gabriela Mistral, sugirió publicar una antología de su poesía como parte de una serie sobre escritoras hispanoamericanas. Propuso destinarla a las mujeres porque "Ella algo lee, nada el hombre, mucho el niño".[53]

Atlántida amplió su edición de libros en la década de 1930 y abrió su propia librería en Lavalle 720 en el centro de la ciudad de Buenos Aires. Un anuncio de la Librería Atlántida de 1930 cataloga los libros en venta para el público infantil bajo el título "Forme la Biblioteca para sus Hijos". Los

libros se desglosan en distintas series, entre ellas “Lecturas educadoras y morales”, “Obras maestras al alcance de los niños” y “Grandes hechos de los grandes hombres”, así como manuales escolares y libros sobre la naturaleza.[54] Anuncios posteriores revelan que estas series pertenecían a la Colección Araluce de Barcelona. En el anuncio de 1930, bajo el subtítulo “Biblioteca Billiken”, figura una modesta colección de títulos, entre los que se incluye *350 poesías para niños*, una antología de autores como Lugones, Héctor Pedro Blomberg y Olegario Víctor Andrade, cuyo poema “Atlántida” había dado nombre a la editorial. Como la colección de los cuentos de Vigil aparece en una rúbrica aparte, se ve que no estaba concebida como parte de la naciente iniciativa de Biblioteca Billiken. Ésta publicaba obras de la literatura universal adaptadas para un público infantil, en contraposición a libros escritos específicamente para lectores jóvenes.

En 1930, en su prólogo a la primera edición de *350 poesías para niños*, Constancio C. Vigil aclaró que el tomo tenía un precio modesto para que llegara a todos los hogares argentinos. La publicación del libro era, escribió, el cumplimiento de un deber necesario para la nación y su futuro, dadas las precarias condiciones de la industria editorial local. Vigil también destacó el carácter abnegado de este esfuerzo, que es “alimento del alma” y reprochó a quienes sospechan “nada más que avidez mercantil”. Expresó su esperanza de que el éxito de este tomo allane el camino para que la Biblioteca Billiken alcance todo su potencial. El objetivo era “colaborar en la magna obra de la dignificación de la niñez, que es contribuir al engrandecimiento de la República, que es trabajar por la redención humana”.[55] Hubo que esperar hasta 1938 para que la Biblioteca Billiken tomara forma por completo. Mientras tanto, la Librería Atlántida seguía vendiendo las colecciones de Araluce y, en 1933, se trasladó a la vuelta de la esquina, a Florida 643, donde posteriormente tomó el nombre de Casa Atlántida.

Siendo el antecedente más directo de la Biblioteca Billiken las colecciones Araluce, la influencia de España en la colección se extendió también a través de los exiliados que se instalaron en Argentina tras la Guerra Civil Española. Constancio C. Vigil invitó a Rafael Dieste a coordinar el proyecto, quien trajo a otros escritores importantes como José Otero Espasandín y Francisco Ayala y creó posteriormente la Colección Oro basada en geografía, historia y ciencia. Pablo Medina destaca el papel desempeñado por la escritora Carmen Muñoz Manzano, esposa de Dieste, en esta empresa.[56] Un anuncio de 1938 para el lanzamiento del "gran plan editorial" de la Biblioteca Billiken muestra la serie organizada en diferentes colecciones codificadas por colores. La Colección Azul era para "Vidas, Obras y Asuntos exclusivamente americanos" y la publicación inaugural fue una biografía de San Martín. La Colección Roja, "destinada a presentar en versiones, siempre al alcance de los niños, las más famosas obras de carácter universal", fue inaugurada por *Don Quijote*, al que seguiría *La Ilíada*. La Colección Verde estaba "reservada al estudio de grandes hombres, universales por su acción, sus obras y sus servicios a la humanidad". En esta última colección ya se habían publicado tomos sobre Colón y Pasteur. La siguiente biografía que se publicó en esta serie de Grandes Hombres fue la de Marie Curie.[57]

En paralelo, la revista *Billiken* ofrecía una serie sobre los Grandes Hombres pero, a diferencia de los libros, ésta daba prioridad a la imagen sobre el texto. La serie "Cuando los grandes hombres eran niños" de 1935 y 1936 se alejaba visualmente de las biografías infantiles que había publicado en la década de 1920 y analizadas por Varela. El formato cuadriculado de tres paneles por tres paneles era el mismo que se empleaba en historietas como *Harold Lloyd* y *Rin-Tin-Tin*, ambas basadas en personajes del cine mudo, así como en la recurrente página de historia gráfica "Nuestra

historia" que empezó en 1932 y que difuminaba los límites entre los contenidos educativos y los de entretenimiento. Una década más tarde, el tema volvió a la Biblioteca Billiken con la publicación de *Infancia de grandes hombres*. En la revista, entre 1938 y 1941, los contenidos gráficos sobre los hombres ilustres aparecieron regularmente bajo el título por defecto de "Los grandes hombres". Se adoptaban variaciones en el título en las raras ocasiones en las que se incluyeron mujeres en la serie: Isabel la Católica aparece bajo el título "Figuras históricas" y Sor Juana Inés de la Cruz bajo "Figuras americanas".

El tema de los Grandes Hombres era una continuación de *Galería de celebridades argentinas* de Mitre, cuya influencia también se había filtrado hacia los libros de lectura escolares. Uno de ellos fue *Moral cívica* de Enrique Antuña (1904), un libro ilustrado sobre la historia nacional que relaciona a los Grandes Hombres con valores específicos, creando así un sistema de modelos de conducta. Los generales Manuel Belgrano y San Martín dominan en el primer capítulo, "Abnegación por la patria", mientras que el presidente Sarmiento era uno de los ejemplos dados de "Perfeccionamiento intelectual". Las mujeres tuvieron su propio capítulo, "Patriotismo en la mujer", que luce un collage de retratos de las Patricias Argentinas y textos sobre las heroínas de la independencia Juana Azurduy, Gertrudis Medeiros y Manuela Pedraza. El mismo año en que Antuña publicó este libro, fundó, junto con Constancio C. Vigil, la revista *Pulgarcito*.

La codificación por colores de las diferentes series de la Biblioteca Billiken recuerda a la *Bibliothèque blue*, el nombre genérico dado a las colecciones de libros de bolsillo comercializados por vendedores ambulantes en la Francia del siglo XVIII. Para Roger Chartier, éstas representaron un momento decisivo en la cultura popular francesa debido al

control que los lectores ejercían sobre el mercado. Si compraban más de un determinado tipo de texto, se producían más textos similares.[58] La premisa de Biblioteca Billiken era diferente, ya que se trataba de la selección de títulos considerados apropiados y de la curaduría de una colección, lo que reforzaba las nociones del canon y su carácter excluyente. Los editores no respondían a los gustos del público infantil, sino que participaban en una tradición ya existente de conformar el campo de la literatura infantil de acuerdo con las normas establecidas. La competencia local de la Biblioteca Billiken fue la colección Robin Hood de la Editorial Acme Agency, que comenzó en 1941 y publicó muchos de los mismos títulos.[59]

Estas series se pueden ver como una continuación del trabajo de Sarmiento con las bibliotecas populares, en la curaduría de catálogos de libros útiles e inspiradores, en algunos casos adaptados y traducidos, en una iniciativa relacionada con la formación de ciudadanos letrados y su integración al Estado nación argentino.[60] En torno al centenario de la independencia, el intelectual nacionalista Ricardo Rojas publicó la serie de libros La Biblioteca Argentina, que entró en competencia con la serie rival de José Ingenieros, llamada La Cultura Argentina. Ambos proyectos editoriales pretendían crear un canon local mediante la publicación de obras políticas y literarias seleccionadas para reflejar sus ideas opuestas en cuanto a la identidad nacional. El atractivo de estas series residía, no en la serialización de las novelas por entregas, sino en la promesa de coleccionar los tomos por separado para formar una biblioteca propia.[61] El éxito de la Biblioteca Billiken y de la serie de la Editorial Acme Agency radicó en tomar este modelo establecido y adaptarlo al público infantil. A diferencia del caso de Marilú, en el que la muñeca, la revista *Marilú* y la revista *Billiken* trabajaban juntas en un miniecosistema transmedia, con Biblioteca Billiken se estableció una relación unidireccional en la que *Billiken* atraía

lectores a Biblioteca Billiken, pero Biblioteca Billiken no hacía nada por la revista. Esta relación unilateral queda al descubierto al observar las conexiones entre las influencias internacionales y las jerarquías de la literatura que se establecieron dentro de *Billiken*.

La temprana influencia de Estados Unidos, visible en el nombre y en la primera tapa, no se había reconocido abiertamente en el momento del lanzamiento. A partir de entonces, sus páginas se llenaron de historietas y cuentos procedentes de Estados Unidos y Europa. Una de las primeras estrellas estadounidenses en aparecer fue Jackie Coogan, de la película de Charlie Chapman *The Kid* (1921) en el cómic *El Pibe*. Esta historieta, al igual que la de *Laurel y Hardy* (El Gordo y el Flaco) publicada entre 1930 y 1954, guarda una gran similitud con los cómics del *magazine* británico *Film Fun*, lo que lleva a creer que los cómics sobre personalidades hollywoodenses no provenían de publicaciones estadounidenses. La principal importación norteamericana fue *Superman*, de Jerry Siegel y Joe Shuster, que apareció por primera vez en español en *Billiken* como *El Superhombre* en 1939. A partir de diciembre de 1942, los cómics internacionales se publicaron junto a una historieta original argentina, *Ocalito y Tumbita*, de José Vidal Dávila, creada especialmente para *Billiken*.

La influencia de Europa no se limitaba a la literatura “universal” (es decir, europea), curada y adaptada por escritores españoles exiliados y publicada en la Biblioteca Billiken. Hasta 1937, cuando aumentó su cantidad de material escolar, la revista incluía hasta ocho cuentos cortos y tres episodios de cuentos por entregas cada semana. Se favoreció en gran medida a autores europeos cuya obra requería traducción al español. La mayoría de los cuentos provenientes de autores franceses había aparecido originalmente en la serie de novelas de aventuras para niños La Collection

Printemps, de Éditions de Montsouris, y que incluía relatos de Norbert Sevestre, León Lambry y Maria de Crisenoy. Entre los autores italianos figuraban Milly Dandolo, escritora y traductora literaria, y Emilio Salgari, prolífico autor de cuentos de piratas que se difundieron también en otras editoriales argentinas. La mayoría de los cuentos británicos publicados en *Billiken* provenían de las publicaciones para varones de la Amalgamated Press, en particular *The Boys' Friend* (1895-1927) y *Chums* (1927-1941). Curiosamente, los cuentos de *cowboys* incluidos en *Billiken* se tomaban de allí y no de revistas estadounidenses.

Teniendo en cuenta los contextos históricos de la circulación transnacional de los textos, cabe suponer que se exhibió este material sin la autorización de los autores y editores originales. Existe una larga trayectoria de esta práctica. Szir identifica una multitud de estrategias empleadas por las publicaciones periódicas ilustradas latinoamericanas del siglo XIX, incluyendo la copia, el plagio, la traducción y la apropiación de imágenes provenientes de ediciones europeas.[62] Abraham reproduce el mito en torno a las prácticas de la Editorial Tor, fundada por Juan Torrendell en Buenos Aires en 1916, para adquirir traducciones de novelas extranjeras. En este relato se alega que Torrendell solía publicar en un diario un anuncio buscando traductores. Luego, enviaba a cada uno de los postulantes un par de capítulos para traducir, supuestamente como prueba, y después unía los capítulos para una traducción completa después de escribir cartas de rechazo a los traductores.[63] Aunque este relato bastante llamativo puede haberse exagerado con el tiempo, muestra una tendencia general de las editoriales a reproducir material por el que no habían pagado y cuyos derechos no poseían.

En 1935, una nota informa que el cartógrafo Pedro Cantos demandó a Editorial Atlántida tras la publicación en *Billiken* de sus mapas de las

provincias argentinas. La nota asegura que Atlántida pagó inmediatamente la indemnización y que ahora mantiene excelentes relaciones con Cantos. Al parecer, el cartógrafo aceptó que Atlántida había sido la víctima al pagar, en buena fe, los derechos a quien se declaraba el creador de los mapas. La nota se titula: "La Editorial Atlántida sabe respetar los derechos de autor".[64] Aunque es difícil no suponer que Atlántida fue sorprendida en esta ocasión, es posible que desde *Billiken* se esforzaba por reconocer los derechos de autor de la producción nacional, pero que hubo más flexibilidad cuando se trataba de textos e imágenes internacionales. La práctica de publicar material procedente de Europa sin asegurarse previamente los derechos continuó en *Billiken* al menos hasta la década de 1960 con la publicación de cómics como *Blake y Mortimer* de Edgar P. Jacob, publicado originalmente en Bélgica. Estas prácticas se extendieron por todo el mundo: Alain Lerman, en su ambicioso proyecto de trazar los contextos editoriales transnacionales de *Blake* y *Mortimer*, descubrió numerosos casos de publicación no autorizada de este cómic en las Américas y Asia.

A partir de 1935, *Billiken* omitía cada vez más los nombres de los autores, lo que impide rastrear los orígenes de los cuentos. La cantidad de cuentos ya había empezado a disminuir antes del inicio de la Segunda Guerra Mundial y las consiguientes dificultades en obtener las últimas publicaciones europeas hicieron que se recurriera a autores locales, pero no inmediatamente a temas locales. A lo largo de la guerra, la revista siguió publicando cuentos de aventuras poblados por piratas, vaqueros, detectives y pilotos de aviación, que conservaban el estilo de los cuentos europeos pero que se encargaban a autores locales.[65] Estos cuentos por entregas se publicaban de una manera descuidada con una puesta en página poco amena a la lectura. En una época en la que *Billiken* recurría cada vez más a las ilustraciones en el material educativo, estos cuentos solían tener una sola

ilustración de apertura que se repetía en cada entrega. Leer el cuento exigía un nivel alto de compromiso ya que la narración se interrumpía con frecuencia y se tenía que encontrar la página siguiente y buscar la columna del cuento entre otros contenidos. Las entregas carecían de una estructura episódica y no terminaban con un momento de suspenso que incitara a comprar el número de la semana siguiente para saber cómo continuaba la historia. Otras interrupciones a los cuentos llegaban en forma de viñetas intercaladas en el texto que promovían la lectura, no de relatos serializados de aventuras, sino de literatura en formato libro. En una de esas viñetas, una ilustración lleva el siguiente pie de foto:

> Estos niños y niñas que aquí se ven crecerán con los años y luego serán hombres y mujeres. Es de desear que no sólo les crezca el cuerpo, porque este también ocurre en los irracionales; es de desear, para bien de la patria y de ellos mismos, que crezcan en inteligencia y en bondad, que su cerebro se nutra y que su corazón sea embellecido con la lectura de los mejores libros escritos para ellos.[66]

En otros ejemplos, se subraya la división de género entre el futuro de los niños y el de las niñas. Los varones necesitan crecer para convertirse en “hombres de provecho” y la lectura de libros puede ayudarlos a lograrlo. Una viñeta centrada en una niña sugiere que la lectura es uno de los caminos hacia el conocimiento que contribuirá a su futura competencia como ama de casa. Luisa quería ayudar a su madre y se puso a planchar, pero terminó chamuscando un pañuelo:

> Esto es el resultado de la ignorancia. En todas las cosas de la vida pasa lo mismo. ¡Hay que aprender, hay que saber, hay que salir de la

> ignorancia! Unas cosas se aprenden en el hogar; otras en la escuela y otras en los buenos libros que es necesario que tengan Luisa y todas las niñas.[67]

Estas viñetas, que sembraban la idea de la importancia de la literatura en formato libro, precedían, invariablemente, un anuncio a toda página de Biblioteca Billiken o de los cuentos infantiles de Vigil. Tales intervenciones, que sitúan la literatura en libros en la cima de la jerarquía, construyen la literatura dentro de la revista como más efímera y de menor importancia. La falta de inversión y de atención a la literatura infantil publicada en *Billiken* aceleró su transición de una publicación literaria basada predominantemente en textos a un producto que educaba mientras entretenía, basado en imágenes.

El patrón cíclico se establece: las efemérides patrias y el calendario escolar

Cuando Carlos Vigil asumió la dirección en 1925, el cambio de rumbo se caracterizó por la anulación de la figura del Billiken del logotipo y por un nuevo énfasis en la escuela. Un número especial para la vuelta a las clases contaba con 16 páginas adicionales que contenían material escolar y anécdotas de antiguos docentes, así como notas sobre la vida escolar en distintas partes del país, todo por el precio de siempre de 20 centavos. Ese mismo año, *Billiken* empezó a incluir láminas —dobles páginas centrales y desplegables a todo color— que podían utilizarse para complementar los materiales visuales que se encontraban en las escuelas. A partir de febrero de 1931, se denominan “láminas escolares” en la revista. Las láminas eran un recurso visual importante que había llenado las paredes de las aulas

desde el siglo XIX y que mostraban imágenes sobre temas como la flora y la fauna argentinas, edificios de importancia histórica y retratos de los próceres. Según Szir, el uso de láminas se inspiró en el principio de la intuición de Pestalozzi que sostiene que los niños aprenden a través de la experiencia sensorial. Se pensaba que las imágenes servían como sustituto de ver objetos en la vida real o de visitar edificios y monumentos.[68]

El trabajo de Georgina Gluzman sobre Adolfo Pedro Carranza, fundador y director del Museo Histórico Nacional que también supervisó dos publicaciones periódicas ilustradas para el museo, demuestra la importancia que se daba a las imágenes. Como afirma Gluzman, "el uso de la imagen impresa, con su capacidad de llegar a públicos amplios, fue una de las estrategias de Carranza en la constitución de una Argentina unificada por un imaginario común".[69] Mantovani y Villanueva analizan el uso de la imagen en los libros de lectura escolares en torno al Centenario, destacando la *Historia argentina de los niños en cuadros,* de Carlos Imhoff y Ricardo Levene, de 1910. En el prólogo de este libro, Joaquín V. González expone los argumentos a favor del uso de la ilustración en los libros de historia: "La historia, más que ilustrada, es referida por la imagen misma". Mantovani y Villanueva también escriben sobre la Oficina de Ilustraciones y Decorado Escolar (1908-1911), cuya labor incluía la creación de un catálogo de imágenes en diferentes series. Los temas, que incluían "Retratos de próceres argentinos ilustres", "Reproducciones de cuadros, parajes, reliquias históricas y monumentos" y "Fauna argentina y americana individualizada" fueron los mismos que más tarde se eligieron para las láminas de *Billiken*.[70]

La decisión de Carlos Vigil de introducir láminas, como eje de los contenidos educativos de la revista, ubica al hijo del fundador en la tradición pedagógica que vinculaba visualidad, historia y construcción

nacional. Su autoría de libros, que no resiste la comparación con la prolífica producción de su padre, también puede verse dentro de esta línea. Mientras Constancio C. Vigil se dedicó a la literatura infantil porque "la lectura es garantía de un futuro feliz", Carlos Vigil publicó sólo dos tomos, ambos catálogos de material visual con fines educativos: *Los monumentos y lugares históricos de la Argentina* (1950) y *Aves argentinas y sudamericanas*. Esta última se publicó por primera vez en 1973, pero con ilustraciones que habían sido encargadas para las láminas de *Billiken* tres décadas antes. Eran obra del artista francés Henri Lachaud de Loqueyssie, residente en Argentina y ganador, en 1944, del primer premio para pintores extranjeros en el XXXIV Salón Nacional de Bellas Artes. Este pintor, conocido por los lectores como Don Enrique de Loqueyssie, había fallecido en 1958.[71]

Las láminas y el uso de la ilustración en los materiales educativos no fueron iniciativas pioneras. Sin embargo, Carlos Vigil contribuyó de forma decisiva al desarrollo de *Billiken*. Al igual que su padre, la innovación del hijo consistió en reempaquetar ideas y productos ya existentes y ponerlos a disposición de un público masivo a través de nuevas plataformas y a un costo modesto. A modo de ejemplo, la lámina del número 279, para la vuelta a las clases en marzo 1925, era un mapa desplegable de Argentina creado por la editorial cartográfica Bemporat. Normalmente se vendía a 30 centavos, pero se incluyó en la revista a su precio normal de 20 centavos. La inclusión de láminas ayudó a establecer el uso de *Billiken* en las escuelas ya que, en lugar de comprarlas por separado, las escuelas podían obtenerlas junto con la revista por el mismo precio o más barato. En 1932, a las láminas se unieron otros materiales educativos, como mapas descriptivos y páginas para inspirar composiciones escritas. En 1938, *Billiken* había acumulado todo un catálogo de láminas que se anunciaban como

disponibles para comprar por separado. Este material escolar fue motivo de una exposición en Bahía Blanca ese mismo año donde se exhibía también las versiones ensambladas de las maquetas de cartulina troquelada que proveía la revista.[72]



Figura 8: Una exposición del material educativo de *Billiken* en Bahía Blanca en 1938.
© Editorial Atlántida. Fotografías reproducidas con autorización.

Hacia finales de la década de 1930, *Billiken* empezó a tomar la forma que mantendría durante toda su vida como publicación impresa. Los contenidos empezaron a seguir más de cerca el calendario escolar, con números encabezados por las efemérides patrias y sus protagonistas históricos. Silvia Finocchio destaca la intervención del cuerpo docente en la creación de la

realidad social cotidiana de la escuela a través de las prácticas que elegía seguir y el conocimiento que producía. Identifica las décadas de 1930 y 1940 como el momento en que "los docentes hicieron de la formación nacional la principal razón de su práctica cuando una parafernalia de artefactos vinculó el día a día de la escuela con contenidos, liturgias, símbolos nacionales".[73] No por casualidad, este fue el momento en que *Billiken* refinó su patrón cíclico alineado con el año escolar que la definiría. Llegó a ser una fuente de esta "parafernalia", adoptada por docentes e integrada en las aulas de todo el país. Esto coincidió con el contexto cada vez más nacionalista de la Década Infame, visto en el refuerzo de rituales y tradiciones patrióticas.

A partir del número 911 (3 de mayo de 1937), *Billiken* amplió todos sus contenidos escolares, no sólo aquellos relacionados con la educación patriótica, con ocho páginas adicionales etiquetados por el grado de la escuela primaria al que correspondían. No hubo un enfoque sistemático ni se pretendía abarcar todo el plan de estudios, sino que los distintos temas, desde la alfabetización hasta la aritmética, pasando por la historia y la geografía, se adaptaban a los distintos grados en semanas diferentes. Este nuevo enfoque se lanzó formalmente en marzo de 1938 para el inicio del curso escolar, con un aviso que el siguiente número contendría más páginas en color, "dedicadas en su mayor parte a los distintos asuntos de programas escolares en vigencia".[74] Este aumento del contenido educativo se ha considerado como una respuesta a la llegada al mercado, en 1936, de *Figuritas*. A diferencia de las revistas educativas dirigidas a docentes como *La Obra*, una publicación pedagógica de larga tradición que apareció por primera vez en 1921, *Figuritas* se dirigía al público infantil, lo que la convertía en competidora directa de *Billiken*. La consigna de *Figuritas*, "la revista argentina del escolar", señalaba la priorización del material

educativo y la diferenciaba de *Billiken*, "la revista de los niños". Además de la competencia de *Figuritas*, el cambio en el contenido de *Billiken* también estaba relacionado con la modernización de las imprentas después del encargo de nuevas máquinas de Alemania en noviembre de 1936. En definitiva, la transición de *Billiken* de revista literaria/textual a revista educativa/gráfica a finales de la década de 1930 no fue tanto un cambio de eje sino una profundización del enfoque de Carlos Vigil sobre la educación a través de materiales visuales. Tal enfoque reconocía, y trataba de satisfacer, tanto las crecientes demandas de material por parte de docentes como el nuevo contexto político nacional.

La identidad visual que acompañó esta etapa de *Billiken* se centraba en los retratos de los Grandes Hombres de la Nación realizados por el artista chileno Raúl Manteola. Antes de contratar a Manteola, la revista había utilizado imágenes de los próceres ya en circulación como el retrato de San Martín pintado en Bruselas por un artista desconocido y que Adolfo Pedro Carranza había reproducido en la *Ilustración histórica argentina* en 1908. Gluzman muestra cómo esta imagen se reproducía también en la publicidad de productos de consumo, incluida la de la marca de cigarrillos San Martín, y atribuye su introducción en las escuelas a su aparición en *Billiken*.[75] El encargo a Manteola de una amplia colección de retratos pintados específicamente para *Billiken* formaba parte de la inversión en contenidos ilustrados, en la línea del encargo a Lachaud de Loqueyssie para las ilustraciones de aves. Los primeros retratos de Manteola se publicaron en julio de 1937. Eran de José María Paz y Juan Lavalle, dos héroes de la independencia recordados por su posterior oposición al general federalista Juan Manuel de Rosas, e identificados, como tales, dentro de la corriente *mitrista* de la historia "oficial" que se enseñaba en las escuelas.

Gracias a los numerosos retratos de Manteola, *Billiken* contaba con un elenco rotativo de Grandes Hombres para exhibir periódicamente en sus páginas. Dentro de éste, los protagonistas fueron Manuel Belgrano, José de San Martín y Domingo Faustino Sarmiento, fácilmente identificables en la cima de la jerarquía de próceres por figurar año tras año en las tapas de sus números dedicados. En el caso de Belgrano y San Martín, esta jerarquización reflejó su posición nacional, ya que los aniversarios de la muerte de ambos fueron declarados feriados a partir de 1938. El aniversario de la muerte de Sarmiento recién se convirtió oficialmente en el Día del Maestro en la Argentina en 1945, tras la designación de este día en la Conferencia Interamericana de Educación de 1943. Sarmiento había aparecido adentro de *Billiken* y en sus tapas, desde la década de 1920, pero en el número que lanzaba el año escolar en marzo y no en el lugar que se le asignó más tarde, el número más cercano al 11 de septiembre. En 1940, los retratos de Manteola de San Martín, Belgrano y Sarmiento se exhibieron por primera vez en sus respectivas tapas.

Tanto la identidad gráfica como el patrón organizativo de *Billiken* comenzaron a perfilarse en torno a las fechas dedicadas a estos tres protagonistas y a otras efemérides patrias cuya iconografía se vinculaba menos íntimamente a un prócer individual. En el mes de mayo se solía dedicar dos tapas en referencia a los acontecimientos de 1810. El número más cerca al 18 de mayo fue dedicado al Día de la Escarapela, nombrado como tal por el Consejo Nacional de Educación en 1935. La tapa del número siguiente mostraba o la multitud reunida en la actual Plaza de Mayo el 25 de Mayo, o un retrato de Manteola de un miembro de la Primera Junta. Todos los firmantes de la Declaración de Independencia del 9 de julio de 1816 tenían retratos de Manteola, pero éstos aparecían en el interior de la revista, a veces como pósteres desplegables, y la Casa de Tucumán solía ser

la imagen de tapa elegida para representar esta fecha. A partir de 1938, el 10 de noviembre, aniversario del nacimiento de José Hernández, se incorporó al calendario escolar, y en las tapas, como el Día de la Tradición.

La incorporación de estas efemérides patrias al calendario escolar fue una manifestación más de cómo el proyecto de la construcción nacional seguía vigente en la década de 1930. Reforzaba además el vínculo entre la escuela, el ritual patriótico y la formación de una conciencia colectiva basada en la historia de la patria. Según Anny Ocoró Loango, durante esta época, "la nación se fue narrando a través de la escuela y la celebración de efemérides que contribuyeron a construirla discursivamente".[76] La nación también fue narrada a través de *Billiken* y esta narración llegó a las escuelas y a los hogares. Bajo la dirección de Carlos Vigil, *Billiken* completó su transición de revista literaria a revista gráfica educativa. La priorización de un diseño visualmente atractivo, el uso abundante de imágenes y la oferta de material efímera impresa fomentaron la participación lectora. *Billiken* invitaba a lectores activos y comprometidos a participar en la construcción y reconstrucción de la historia de la nación, mientras recortaban imágenes de los próceres para pegar en los cuadernos, armaban maquetas de cartulina troquelada de edificios históricos y cubrían las paredes del aula con láminas de la flora y la fauna argentinas.



Figura 9: Interactuando con los productos impresos efímeros de la revista. Foto publicada en *Billiken*, Nº 1304, 13 de noviembre de 1944. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.



Figura 10: Niñas y docentes posando con las maquetas de la Plaza de Mayo de *Billiken*. Foto del archivo (sin fecha). © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.

La figura 6 muestra el patrón del año *Billiken*, que surgió a finales de la década de 1930 y se estableció en 1945, representado visualmente por los retratos de Manteola de los principales padres de la patria y por los tratamientos más lúdicos de Lino Palacio. Las tapas de Palacio se organizaban en torno a marcadores anuales como Reyes, las vacaciones de verano, Carnaval, la vuelta a la escuela en marzo, las vacaciones de invierno, Navidad y Año Nuevo. El Día de la Escarapela y el Día de la Tradición fueron dos fechas patrias que compartieron la distinción de ser encomendadas a Palacio. Para la primera, las niñas mayores cosían las escarapelas en las solapas de sus hermanos más chicos en una representación de patriotismo y futura maternidad. En las tapas del Día de la Tradición, los varones jugaban a ser gauchos y las niñas interpretaban

bailes folclóricos. Otros marcadores anuales eran Pascua, que generalmente incorporaba un tema religioso, y el 12 de octubre, que a menudo presentaba una reproducción de un cuadro existente de Colón, en lugar de un retrato de Manteola o una tapa de Palacio.

Aparte de estas fechas clave, Palacio produjo docenas de tapas lúdicas cada año, muchas de las cuales reforzaban visualmente el contraste entre las tareas domésticas y de cuidado que realizaban las niñas y la libertad disfrutada por los varones. Mientras las niñas se ocupaban de sus hermanos pequeños, desempeñando así su futuro papel de madres, los niños rebeldes se metían en líos y provocaban la ira de los adultos. Las niñas también se representaban como futuras maestras al tomar la responsabilidad de llevar, a veces arrastrados, a sus hermanitos reticentes a la escuela. Los años de Palacio como portadista principal coincidió con el uso más prolongado del mismo logotipo, de 1939 a 1967, lo que representa el período más sostenido de identidad gráfica en la historia de *Billiken*. La obra de Palacio es considerada muchas veces como la representación prototípica de la revista y su mandato coincide ampliamente con sus años de mayor éxito, lo que facilita la identificación de Palacio con una "época dorada". Más allá de los años de Palacio y Manteola, el patrón de alternar lo lúdico con lo patriótico persistió en la obra de nuevas generaciones de ilustradores. En julio de 1945, la circulación paga de *Billiken* llegó a 400.000 ejemplares, lo que representaba la tirada más alta jamás alcanzada por una revista en español. Entró en la era peronista como una publicación establecida, con una visión clara de su contenido, una identidad gráfica reconocible y planes para una mayor expansión latinoamericana. Respaldada también por la exitosa Editorial Atlántida, se encontraba en una posición sólida para afrontar los retos de los años venideros.

31 Luis Villaronga, *El sembrador, Constancio C. Vigil* (San Juan: Biblioteca de autores puertorriqueños, 1949).

32 Nº 3853, 15/11/1993; Nº 3907, 28/11/1994. La publicación conmemorativa se incluyó con el número 4170, 29/11/1999: *Billiken 1919-1999: la vuelta a la infancia en 80 años* (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1999). Sobre Pretz en *Billiken*, véase Lauren Rea, "¡Un nombre perfecto!", *Billiken*, Nº 5141, junio/julio de 2019.

33 Sandra Carli, "The New School Movement in Argentina", *Paedagogica Historica*, 42.3 (2006), 385-404 (pp. 390-97).

34 Sobre la pertenencia de Vigil a la Asociación Pro Derechos de la Mujer, véase Dora Barrancos, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002), p. 61. Sobre el golpe de 1930, véase Constancio C. Vigil, "La revolución del 6 de septiembre", *Atlántida*, 18/9/1930. Sobre el comité Nobel véase Serafín Cordero Criado, *Por la paz mundial* (Comité Centroamericano pro Premio Nobel de la Paz a Constancio C. Vigil, 1936). Una nota sobre el premio de la Cruz Lateranense apareció en *Billiken*, Nº 1556, 10/10/1949.

35 Nº 307, 5/10/1925; Nº 649, 25/4/1932.

36 Lauren Rea, "Education, Popular Literature and Future Citizenship in Argentina's *Billiken* Children's Magazine (1919-1944)", *Global Studies of Childhood*, 8.3 (2018), 281-91.

37 María Silvia Badoza y María Inés Tato, "Cuando Buenos Aires se quedó sin diarios: los conflictos de 1919 en la prensa gráfica argentina", *Sociohistórica*, 19-20 (2006), 113-38.

38 Lauren Rea, "Trajectories in Argentine Children's Literature: Constancio C. Vigil y Horacio Quiroga", *International Research in Children's Literature*, 12.1 (2019), 76-89.

39 Gabriela Mistral, "[Carta], 1919 dic. 19, Punta Arenas, Chile [a] Maximiliano Salas M.", Biblioteca Nacional Digital de Chile.

40 Nº 104, 14/11/1921; Nº 208, 12/11/1923.

41 Nº 313, 16/11/1925.

42 María Paula Bontempo, "Los lectores y las lectoras de Billiken se asocian. El desarrollo de los Comités Billiken. Argentina, 1919-1925", *Trashumante. Revista Americana de Historia Social*, 8 (2016), 32-57.

43 Nº 619, 28/9/31. Véase también Clara Brafman, "Billiken: poder y consenso en la educación argentina (1919-1930)", *Todo es historia*, 25.298 (1992), 70-88 (p. 74). De hecho, *Billiken* no es un caramelo: la empresa Billiken Golosinas no tiene ninguna relación comercial con Atlántida, aunque utiliza uno de los antiguos logotipos de la revista en su marca.

44 Anuncio en *Billiken*, Nº 695,13/3/1933.

45 Nº 695, 13/3/1933; Nº 1657, 17/9/1951. Daniela Pelegrinelli, "Prodigiosa Marilú", *Boca de Sapo: Revista de arte, literatura y pensamiento*, 7.9 (2011), 14-19 (p. 18).

46 *El Monitor de Educación Común*. Año 3, Nº 63, 1884. Citado en Lionetti, capítulo 10.

47 "Los quehaceres de mamá", *Billiken*, Nº 955, 7/3/1938.

48 Nº 1143, 13/10/1941.

49 Nº 887, 16/11/1936.

50 Nº 280, 30/3/1925.

51 Constancio C. Vigil, "Telegrama de Constancio C. Vigil", 30/6/1947. Archivo personal de Juan José Arévalo Bermejo. Centro de Investigaciones Regionales de Mesoamérica. Encontré este telegrama cuando buscaba correspondencia relacionada con la primera esposa de Arévalo, la maestra de escuela y escritora infantil argentina Elisa Martínez de Arévalo. En 1949 y 1950 se publicó una serie de adaptaciones gráficas de literatura nacional y universal, entre ellas *Facundo* y *Don Quijote*, con textos de E. de Arévalo. Aunque no encontré pruebas de que era la primera dama de Guatemala quien escribía para *Billiken*, por esa época pidió visas para viajar a Argentina y conocía, junto con su marido, a uno de los hijos de Constancio C. Vigil —otro Constancio— de la época que la pareja pasó en la provincia de San Juan.

52 Rubén Cucuzza, "Retórica de la escena de lectura en las carátulas del libro escolar", en *La lectura en los manuales escolares: textos e imágenes*, Roberta Paula Spregelburd y María Cristina Linares (org.) (Buenos Aires: UNLu; UNNE, 2009), pp. 13-29 (p. 22).

53 Constancio C. Vigil, "[Carta] 1941 Oct. 17, Buenos Aires, [Argentina] [a] Gabriela Mistral", Biblioteca Nacional Digital de Chile.

54 Nº 561, 18/8/1930.

55 *350 poesías para niños*, Biblioteca Billiken (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1930).

56 Pablo Medina, *Gallegos. Sembradores de ideas* (Buenos Aires: Centro Betanzos, 2016).

57 Anuncio en *Billiken*, Nº 991, 14/11/1938.

58 Roger Chartier, *Cultural History: Between Practices and Representations* (Cambridge: Polity Press, 1993), p. 38.

59 Carolina Tosi, "La emergencia de las colecciones de literatura infantil y juvenil, y su impacto en la industria editorial. Los casos Robin Hood y Biblioteca Billiken", *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 1.1 (2015), 132-58.

60 Javier Planas, "Para un catálogo atractivo: libros y políticas editoriales para las bibliotecas populares. La propuesta de Domingo Faustino Sarmiento", *Información, Cultura y Sociedad*, 20 (2009), 63-81.

61 Fernando Degiovanni, "The Invention of the Classics: Nationalism, Philology and Cultural Politics in Argentina", *Journal of Latin American Cultural Studies*, 3.2 (2004), 243-60.

62 Sandra M. Szir, "Imágenes y tecnologías entre Europa y la Argentina. Migraciones y apropiaciones de la prensa en el siglo XIX", *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2017).

63 Carlos Abraham, *La Editorial Tor. Medio siglo de libros populares* (Buenos Aires: Tren en Movimiento, 2012), pp. 56-57.

64 Nº 806, 29/4/1935.

65 Lauren Rea, "The Newsboy's Good Deed: *Billiken* Magazine's Construction of Argentine Childhood In 1942", *The Journal of the History of Childhood and Youth*, 12.1 (2019), 68-87.

66 Nº 1205, 21/12/1942.

67 Nº 1221, 12/4/1943.

68 Sandra Szir, "Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual", pp. 80-83.

69 Georgina Gluzman, “Imaginar la nación, ilustrar el futuro. *Ilustración Histórica Argentina* e *Ilustración Histórica* en la configuración de una visualidad para la Argentina”, en *Atrapados por la imagen: arte y política en la cultura impresa argentina*, ed. por Laura Malosetti Costa y Marcela M. Gené (Buenos Aires: Edhasa, 2013), pp. 47-73 (p. 69).

70 Citado en Larisa Mantovani y Aldana Villanueva, “Libros escolares y enseñanza de la historia: El manual ilustrado *Historia argentina de los niños en cuadros*”, en *Ilustrar e imprimir: una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, ed. por Sandra Szir (Buenos Aires: Ampersand, 2016), pp. 179-211 (p. 196; 182-185).

71 Nº 1297, 25/9/1944. Se publicó un obituario en *Billiken* en Nº 2035, 5/1/1959.

72 Nº 963, 2/5/1938; Nº 982, 12/9/1938.

73 Silvia Finocchio, “La historia inventada por los docentes (o de cómo la cultura escolar recrea la enseñanza de la historia en un contexto de transformaciones intensas)”, *Revista Prâksis*, 2 (2011), 21-30 (pp. 22-23).

74 Nº 954, 28/2/1938.

75 Gluzman, p. 57.

76 Anny Ocoró Loango, “La emergencia del negro en los actos escolares del 25 de mayo en la Argentina: del negro heroico al decorativo y estereotipado”, *Pedagogía y saberes*, 34 (2011), 33-50 (p. 37).

CAPÍTULO 2

El peronismo en *Billiken* y *Billiken* en el peronismo (1946-1955)

Que una revista infantil sobreviva por cien años es un logro extraordinario y no es de extrañar que *Billiken* y la Editorial Atlántida hayan querido cuantificar este dato notable. Antes de este proyecto de investigación, el discurso institucional se basaba en dos afirmaciones. La primera, que *Billiken* era la revista infantil en español más longeva del mundo y la segunda, que había logrado una publicación ininterrumpida desde 1919 sin haber perdido nunca una semana. La primera afirmación parece demasiado modesta, ya que el competidor más cercano, la revista infantil mensual rusa *Murzilka*, sólo se publicó a partir de mayo de 1924.[77] La afirmación de continuidad, sin embargo, queda refutada por la interrupción de la publicación durante cuatro semanas en 1949, un hecho que se había omitido de la memoria institucional de la editorial. Esta interrupción, del 21 de febrero al 21 de marzo de 1949, coincidió con una huelga de la Federación Gráfica Bonaerense durante la cual casi no se imprimieron diarios y revistas.[78] Hay un "antes" y un "después" de estas cuatro semanas identificables en la aproximación de *Billiken* al peronismo. Antes, la revista apenas registraba la existencia del régimen, pero publicó su primera foto de Perón después de la interrupción, el 28 de marzo de 1949. A partir de entonces y hasta 1952, la mayor parte de la propaganda peronista publicada

en forma de textos, fotografías e ilustraciones, o combinaciones de estos, se encuadra en una de las siguientes tres categorías: eventos patrocinados por el gobierno relacionados con las escuelas y el deporte infantil, contenidos relacionados con el Año del Libertador San Martín de 1950 y reportajes sobre la muerte de Eva Perón, en los que se enfatiza su amor por los niños. A partir de 1953, *Billiken* publicó contenidos más explícitamente propagandísticos en el sentido de que intensificó la atención prestada a las fechas clave del peronismo. También incluyó material sobre el Segundo Plan Quinquenal que para entonces ya estaba integrado en los planes de estudios oficiales.

Durante el primer peronismo, se puso énfasis en los niños, "los únicos privilegiados", y en su educación, porque los niños eran la clave para la perpetuación generacional de la ideología que promovía. En el momento de la elección de Perón, *Billiken* llegaba a una segunda generación de lectores, tenía una tirada semanal que superaba constantemente los 300.000 ejemplares y era un vehículo extraescolar establecido para la formación de futuros ciudadanos. Como medio, interesaba claramente a un gobierno que veía las ventajas políticas de construir a los niños en función de su potencial futuro. Además, Marcela Gené ha demostrado que el peronismo se apropió del estilo gráfico de las revistas como un elemento en la elaboración de su identidad visual.[79] Sin embargo, la incorporación de la identidad visual de *Billiken* a la identidad visual del peronismo ha pasado hasta ahora desapercibida. Este capítulo, por lo tanto, tiene un doble propósito: explorar cómo el peronismo impactó en *Billiken* a través de la incorporación de propaganda por parte de la revista y explorar cómo la identidad visual de *Billiken* impactó en el peronismo.

Las cuatro semanas perdidas de Billiken

Durante sus primeros 30 años, el material que *Billiken* ofreció a sus lectores rara vez estaba anclado en la realidad contemporánea o en el contexto político actual. Publicaba ocasionalmente avisos relacionados con la salud pública, como el relativo al "deber patriótico" de fumigar contra los mosquitos, pero las noticias relacionadas con acontecimientos nacionales o internacionales eran escasas. Una foto de Ramón Castillo, sacada en la inauguración de la primera Feria Argentina del Libro en 1943, es la única de un presidente en 30 años de publicación. De 1939 a 1945 sólo hubo dos páginas relacionadas con la Segunda Guerra Mundial, una sobre la evacuación de la ciudad y traslado al campo de niños y niñas londinenses y otra sobre una exposición de arte infantil europeo. En cuanto a los acontecimientos nacionales, el terremoto de San Juan de enero de 1944 merecía una mención, aunque sólo fuera para llamar la atención sobre los propios esfuerzos de recaudación de fondos de Editorial Atlántida. Atlántida donó 10.000 pesos y todos los empleados contribuyeron con un día de sueldo, recaudando 6.000 pesos adicionales. El festival en beneficio de las víctimas del terremoto que tuvo lugar en el Luna Park pasó a la memoria popular como la ocasión del primer encuentro de Perón y Evita. A lo largo de sus tres primeras décadas, la escasez de incursiones del mundo contemporáneo en *Billiken* intensifica la sensación de que ésta funcionaba cíclicamente y en su propio tiempo y espacio. También hace que la infiltración de la realidad política contemporánea del peronismo en la revista sea aún más notable.[80]

Antes de la interrupción en la publicación de *Billiken* en 1949, las referencias al gobierno peronista se contuvieron en su mayor parte en pequeños anuncios de la Secretaría de Trabajo y Previsión, donde Perón había desarrollado su estructura de poder desde 1943. Mientras Perón sentaba las bases de un Estado de bienestar y daba forma al nuevo orden

que lo llevaría a la presidencia, *Billiken* seguía promoviendo la filantropía y la caridad, representando la visión del mundo de sus lectores de clase media, cuyas familias disponían de ingresos para comprarles la revista. Aparte de las notas de la Secretaría, sólo hubo otras dos referencias al contexto político contemporáneo antes de la huelga gráfica. La primera, situada en un discreto recuadro, dice:

> Con todo el pueblo hemos repudiado el criminal complot contra el Jefe del Estado y su señora esposa, y lo repudiamos con toda nuestra energía, pues tan salvaje atentado, incompatible con la civilización, hiere nuestra convicción y nuestros sentimientos.

Aquí, ni Perón, ni Evita, ni el autor del atentado, Cipriano Reyes, se nombran. En la segunda referencia, se publicó una doble página de fotos de un festival de educación física, al que, nos dice, asistió el ministro de Educación, quien tampoco está nombrado.[81]

En los archivos de Atlántida no hay registros de conversaciones, correspondencia o decisiones empresariales que arrojen luz sobre lo ocurrido durante las cuatro semanas de la huelga gráfica de 1949 que potencialmente haya llevado a *Billiken* a aumentar su contenido a favor del gobierno. La memoria institucional de la editorial sobre los tratos con el peronismo se construyó a partir de recuerdos de exempleados y se basa en anécdotas que no pueden corroborarse con documentación de archivo. Estas anécdotas crean una narrativa general de la capacidad de la editorial de sobrellevar y resistir durante el peronismo, incluso cuando se le cortó el suministro de papel, y esto en sí mismo ofrece una valiosa visión de la autoimagen de Atlántida. Resulta revelador que la memoria institucional sobre *Billiken* bajo Perón no incluya ninguna referencia a la interrupción de

la publicación ni ningún comentario sobre la posterior publicación de material peronista. Según Luján Gutiérrez, exdirector de *Gente*, la cuota de papel permitida por el gobierno se aplicaba a la editorial en su conjunto y la decisión de cómo distribuir ese papel se habría tomado internamente. Para proteger la circulación en Argentina, la editorial decidió cercenar las ambiciones panamericanas de *Billiken* y canceló la edición "Grancolombiana" distribuida en Colombia y Venezuela.[82] Esta información, a su vez, proviene de recuerdos de conversaciones con antiguos colegas que habían estado en la editorial durante el primer peronismo. El exgerente de sistemas Abel Valenzuela recordaba una conversación con el entonces secretario de Constancio C. Vigil en la que éste afirmaba que Perón había reducido el suministro de papel y que el asunto se resolvió luego a través del Ministerio del Interior. Se recuerda que Perón dijo: "Sé que Constancio Vigil no me quiere, pero déjenlo entrar papel porque tampoco usa sus medios para atacarme". Se reproduce esta cita aquí independientemente de si se puede tomar como representativo de lo que Perón pudo haber dicho, o pensado, sobre Vigil. La importancia de la frase está en el énfasis que se pone en la relación personal de Vigil con el peronismo. En la memoria institucional de la Editorial Atlántida, conservada por los empleados jubilados que habían trabajado con la familia Vigil, la idea central es que la familia no apoyó a Perón pero tampoco se opuso a él. En esta versión, la política adoptada por los Vigil es lo que Plotkin denomina "consenso pasivo".[83]

Hay suficiente contexto histórico para sugerir que, durante estas cuatro semanas perdidas, *Billiken* entró en un período de negociación sobre el alcance de la cobertura favorable al régimen que se tendría que publicar para mantener su acceso al papel prensa controlado por el gobierno. Lo sorprendente de esta situación no es tanto que una casa conservadora como

Atlántida publicara propaganda peronista, sino que su revista infantil haya podido publicar tan poco y que la familia Vigil haya mantenido el control de su imperio editorial. Si bien la expropiación de *La Prensa* es el ejemplo más famoso del control peronista de los medios, este título era sólo una de las partes constituyentes de lo que Cane denomina el "aparato mediático paraestatal" de Perón, que para este momento ya incluía los principales diarios de la oposición. Cane afirma que este aparato fue construido por los más cercanos a Eva y Perón a través de una variedad de estrategias y que incluían "violencia popular contra los edificios de la prensa, denegación de cuotas de papel y publicidad oficial, huelgas de celo y lentitud burocrática".[84]

La estrategia mediática de Perón se construyó a partir de la problemática relación entre los propietarios de las empresas de prensa y el Estado que se venía gestando desde la década de 1930. Perón había sentado las bases del Estatuto del Periodista bajo la presidencia de facto de Edelmiro J. Farrell. Fue ratificado tras las elecciones de 1946 y redefinió la relación entre el Estado y los medios de comunicación al tiempo que establecía normas profesionales para el sector.[85] Además, Perón pudo evocar una ley de antiespeculación que se había aprobado en 1939 como consecuencia del inicio de la Segunda Guerra Mundial. En una carta a Gabriela Mistral fechada el 30 de mayo de 1942, Constancio C. Vigil escribió: "Nos salvaremos [*sic*] las dificultades que plantea la guerra a los gráficos porque teníamos gran provisión de papel en previsión de lo que está sucediendo".[86] Sin embargo, al año siguiente, en *Billiken* se disculpaba a sus lectores de otros países por la falta de láminas debido a la escasez de papel prensa. La suspensión de este material duró ocho meses. Como confirma Varela, la escasez de papel era una crisis real e internacional, pero la capacidad de controlar el suministro de papel prensa importado dio a Perón la

oportunidad de presionar a los medios de la oposición y fue un factor para que muchos aceptaran vender a los agentes del régimen.[87] Incluso dentro de este marco de "consenso pasivo", hay indicios de que la relación entre el gobierno y Atlántida puede haber sido más compleja de lo que sugiere la memoria institucional de la editorial. Según Sirvén, en 1949 la Federación Gráfica Bonaerense había llegado a un acuerdo con la Secretaría para resolver el conflicto salarial de los huelguistas, pero los afiliados no lo apoyaron.[88] Este enfrentamiento con los obreros puso a los propietarios de periódicos y editoriales del mismo lado que el gobierno, al menos temporalmente, y puede haber sido un factor en la negociación de Atlántida de su relación con el gobierno.

En octubre de 1949, *Billiken* ganó un competidor en la forma de *Mundo Infantil*, publicado por Editorial Haynes, donde Constancio C. Vigil había fundado *Mundo Argentino* en 1911. Haynes publicaba también las revistas *El Hogar* y *Selecta*, así como *El Mundo*, entonces el segundo periódico de América Latina. Editorial Haynes estaba en manos del gobierno a principios de 1949 y en 1951 añadió *Mundo Peronista*, la publicación oficial de la Escuela Superior Peronista, que se dedicaba a la formación de dirigentes del partido.[89] Haynes también empezó a publicar versiones peronistas de revistas ya existentes. En competencia directa con las publicaciones de Atlántida estaban *Mundo Deportivo*, la respuesta a *El Gráfico*, y *Mundo Agrario*, creada para competir con *La Chacra*. En 1949, cuando *Mundo Infantil* tomó el relevo de *Figuritas* como principal competidora de *Billiken*, se inspiraba en ambos antecedentes y su originalidad radicaba principalmente en la reconfiguración peronista de contenidos existentes. El proceso es similar al examinado por Gené: las imágenes asociadas a la estética visual peronista, como las representaciones de los obreros y de las

familias trabajadoras, no se originaron en el peronismo, sino que fueron elaboradas y reconfiguradas en la creación de esta estética.[90]

Mundo Infantil reconfiguró contenidos que se encontraban en *Billiken* que, a su vez, eran el resultado de reconfiguraciones de convenciones editoriales anteriores. Por ejemplo, como *Billiken* publicaba series sobre "Grandes Hombres", *Mundo Infantil* también, pero desde un enfoque peronista —"Hombres de la Nueva Argentina"—. En 1951, uno de los elegidos es Carlos Aloé, candidato a gobernador de Buenos Aires y director de Editorial ALEA y *Mundo Infantil*.[91] Si bien *Mundo Infantil* replicaba las normas conservadoras de género de *Billiken* en la forma de dirigirse a las niñas lectoras, hubo diferencias en el contenido dirigido al futuro ciudadano varón. Mientras que *Billiken*, en aquella época, no daba ninguna orientación concreta sobre las futuras ocupaciones deseables de los niños, aparte de que fueran virtuosos, *Mundo Infantil* promovía las escuelas técnicas recientemente inauguradas al orientar a los varones hacia profesiones técnicas. El mapeo de *Mundo Infantil* en las secciones existentes de *Billiken* apoya el argumento de Bontempo de que ésta creó un "código comunicacional" para las revistas infantiles argentinas.[92] Las similitudes entre las dos publicaciones también se extendían a la construcción editorial de la infancia. Ambas construyeron a los niños como futuros ciudadanos, pero con la diferencia de que para *Mundo Infantil* estos ciudadanos debían ser peronistas.

La presencia de *Billiken* en el mercado es un factor importante a la hora de considerar por qué se permitió su existencia junto a *Mundo Infantil* en un momento en que tantas publicaciones opositoras fueron absorbidas por el gobierno peronista. También podemos recurrir a Cane, quien sostiene que los periódicos amasados por Perón cambiaron de orientación política pero no se alteraron drásticamente en términos de identidad gráfica, registro y

público destinado con el resultado que “los contornos del mundo editorial de Buenos Aires permanecieron bastante estables”. El objetivo era crear un “público peronista” y no un “periodismo peronista” que hubiera corrido el riesgo de alienar a los sectores opositores.[93] Aunque Cane no considera específicamente las revistas, este argumento ayuda para considerar el caso de *Billiken*, particularmente si aceptamos que era más probable que el público opositor de clase media la siguiera comprando en vez de pasarse a *Mundo Infantil*. El contenido peronista de *Billiken* era reducido y más selectivo que el de *Mundo Infantil*, pero fue garantizado a llegar a un público numeroso. Una nota en *Billiken* de 1950 apoya el argumento de Cane al revelar la colaboración entre las editoriales rivales. En ella se agradece a la Editorial Haynes haber acudido en ayuda de Atlántida tras un incendio en la imprenta. La nota informa que la Editorial Haynes, junto con la Editorial Emilio Rodríguez y la Compañía General Fabril Financiera, ofrecieron su ayuda “en un espíritu de compañerismo que ennoblece el periodismo nacional”.[94]

El Año del Libertador San Martín y la propaganda peronista

La primera fotografía de Perón publicada por *Billiken* es de 1949 en la jura de la nueva Constitución y aparece arriba de una foto de la multitud en la Plaza del Congreso presenciando un desfile militar. La siguiente foto de Perón en un contexto puramente político muestra su juramento para su segundo mandato presidencial en junio de 1952.[95] De 1949 a 1952, los temas en torno a los cuales se agrupaba la propaganda peronista ilustran la proximidad sociocultural de *Billiken* con el peronismo, aunque fueran políticamente incompatibles, y ponen de relieve los fundamentos conservadores del peronismo aunque se presentara como una ruptura radical

con el pasado. Otras fotos de Perón, y de Perón y Evita, muestran a la pareja presidencial en eventos relacionados con niños y con escuelas, lo que hace menos incongruente su presencia en una revista infantil poco acostumbrada a presentar figuras políticas. Sin embargo, los actos representados en *Billiken* reflejaban sólo un pequeño porcentaje de las iniciativas a favor de la infancia en este período. La magnitud de éstas es mucho más evidente en *Mundo Infantil*, donde cada número dedica varias páginas a la Fundación Eva Perón y a los Torneos Infantiles Evita.[96]

Otra serie de fotos de la pareja presidencial en *Billiken* los presenta en los actos conmemorativos del Año del Libertador San Martín para marcar el centenario de la muerte del héroe de la independencia. Las conmemoraciones culminaron el 17 de agosto, 1950, en una ceremonia en Huaura, Perú, a la que asistieron Perón y Evita, y que fue registrada en una doble página. En enero de 1951, otra serie de fotos marcó el cierre del año sanmartiniano en Mendoza. Estas imágenes, que vinculaban a Perón y Evita con San Martín, contribuyeron a integrar a la pareja presidencial en la revista.[97] Al respetar la historia liberal o *mitrista*, enseñada en las escuelas y promovida por *Billiken*, el peronismo no incurrió en el revisionismo histórico que destaca el papel desempeñado por los caudillos federalistas como Juan Manuel de Rosas. Más bien, al identificarse con San Martín, Perón buscó legitimar su Nueva Argentina como la manifestación del verdadero destino de la nación, fiel a los ideales del movimiento independentista.

La primera foto de Perón relacionada con el Año del Libertador lo muestra en la escuela primaria “Justicialista”, en el barrio de Los Perales, en un acto con motivo del inicio del año escolar. El pie de foto dice:

> El presidente de la Nación, general Juan Perón, dando por iniciada, con un brillante discurso, la campaña de alfabetización, que se desarrollará con el lema "En la patria de San Martín no debe haber analfabetos".[98]

En la conferencia que marcó el lanzamiento de la campaña de alfabetización universal, el ministro de Educación, Oscar Ivanissevich, amplió sobre el vínculo de San Martín con la alfabetización expresado aquí. La alfabetización, dijo, era tan central en la visión de Perón porque desempeñaría un papel fundamental para garantizar la igualdad de la ciudadanía: "Todos los argentinos serán iguales porque todos podrán leer a SAN MARTÍN a través de Mitre".[99] En *Billiken*, sin embargo, no se ofrecieron más comentarios sobre la campaña o su evocación de San Martín y se ignoró esta identificación peronista de San Martín con la educación y la alfabetización. Tampoco se usó el calificativo de Perón como "Primer Maestro de la Nueva Escuela Argentina" que Ivanissevich empleaba en sus discursos. En definitiva, la revista se resistió a desplazar a Sarmiento de su posición del gran educador argentino, pionero del sistema escolar y defensor de la alfabetización. *Billiken* presentaba a Sarmiento como el padre de la educación nacional durante todo el período peronista, particularmente en los números que conmemoraban el 11 de septiembre. El número correspondiente al Día del Maestro de 1950 se dedicaba en gran parte a Sarmiento, como era habitual. En este número, la página "Efemérides del Libertador" se ubicó junto a "Recuerdos de Sarmiento", enfatizando la paridad de ambas figuras. Estos detalles revelan que desde *Billiken* se intentó presentar el Año del Libertador en sus propios términos, resistiéndose, en lo posible, a la promoción del vínculo entre Perón y San Martín.

Como parte de las conmemoraciones de 1950, todos los diarios, revistas, libros y documentos oficiales estaban obligados a incluir el lema "Año del Libertador San Martín".[100] El Año del Libertador fue adoptado por *Billiken* de manera entusiasta. No sólo incluyó el lema en el pie de todas las páginas de la derecha, donde reemplazó al habitual refrán, mensaje moral o dato curioso, en una tradición instigada por el fundador Constancio C. Vigil, sino que fue más allá de estas obligaciones en la variedad y extensión del contenido que publicaba sobre San Martín en su año conmemorativo. Esto tiene que ver más con la afinidad preexistente de *Billiken* con San Martín que con las exigencias del gobierno de turno. En 1950, las secciones recurrentes "Diccionario sanmartiniano" y "Efemérides del Libertador" se inscribían en la línea de las tres décadas anteriores de contenidos sanmartinianos. También encajaba perfectamente la página dedicada a la letra de Segundo Manuel Argañaraz para el "Himno al Libertador", obra ganadora de un concurso nacional organizado por la Comisión Nacional de Homenaje al Libertador, dirigida por el Estado. Para el Año del Libertador, Atlántida ya contaba con un importante catálogo de material sanmartiniano que estrechaba la brecha entre la educación y el entretenimiento ya que incluía cuentos por entregas e historietas. El ejemplo más innovador era la novela gráfica *Los granaderos de la libertad*, centrada en la carrera militar de San Martín. Escrita por Gabriel Fagnilli Fuentes e ilustrada por Carlos Lugo, se publicó por entregas entre 1945 y 1947.

De 1944 a 1947, Arturo Capdevila colaboró con cuatro novelas históricas por entregas basadas en la vida personal de San Martín. *La infanta mendocina* invita a descubrir "los detalles íntimos de la vida de un prócer a través de su hija". *El niño poeta* aborda la infancia de San Martín y *El abuelo inmortal* se centra en su legado. La última novela, *Remeditos de Escalada*, es la historia de "la abnegada esposa de San Martín". Tras su

publicación por entregas en la revista, Atlántida Libros publicó las novelas de Capdevila como parte de la Biblioteca Billiken. Se les asignó un lugar en la Colección Azul de Hombres de América, lo que subraya el papel intrascendente desempeñado por Mercedes y Remedios en sus propias biografías. En abril de 1950, las cuatro novelas de Capdevila se reeditaron en ediciones especiales en homenaje al Año del Libertador y se les unió una nueva edición de la biografía de San Martín de Alberto Larrán de Vere, originalmente de 1943. Los anuncios para estos libros enfatizaban su asequibilidad: estas ediciones especiales tenían un precio de 4 pesos con 50 centavos, el mismo que otros libros de la Biblioteca Billiken con ilustraciones en color. Su reedición no sólo permitió a Atlántida explotar las oportunidades comerciales que ofrecía el hecho de que Perón se centrara en San Martín, sino que también permitió a los responsables de *Billiken* controlar el discurso en torno a las conmemoraciones de este padre fundador. Estas publicaciones preexistentes se habían hecho "con el mejor homenaje que un escritor pueda rendir a San Martín" y se adecuaban perfectamente al centenario en un momento en que "sentimos la necesidad de asociarnos de alguna manera al momento que vive la nación".[101]

Dada la prominencia de San Martín en *Billiken*, es seguro que habría conmemorado el centenario de su muerte aunque el gobierno de turno no hubiera hecho obligatorio incluir ese material. Si quisiéramos trazar una línea divisoria entre el contenido regular de *Billiken* y la propaganda política, el material literario y educativo relacionado con San Martín podría colocarse de un lado y las fotos de Perón y Evita en actos relacionados con San Martín del otro. La consideración de cuán borrosa podría ser esta línea durante el peronismo es útil en el contexto del análisis de la revista en la dictadura militar de 1976 a 1983. Durante este período, en el que se centrará el capítulo 4, el contenido conservador que siempre había publicado se

desdibuja en propaganda cuando se mira en el contexto del momento político. El hecho de que estas líneas difusas existen en una publicación infantil muestra el poder de este medio tanto para reflejar la sociedad como para impactar en ella. Muestra además cómo construyó a los niños simultáneamente como futuros ciudadanos y actuales sujetos políticos. En *Billiken*, Perón no ocupa el rol de mediador entre San Martín y los lectores, y las conmemoraciones del centenario sanmartiniano fueron despojadas de su contexto político peronista. El mensaje implícito era que *Billiken* estaba mejor calificada para homenajear a San Martín que el gobierno. Además, era el San Martín imaginado por *Billiken* —no por Perón— el que conmemoraban esta revista y su editorial.

A medida que el peronismo impactaba sobre *Billiken*, primero con la publicación de fotos propagandísticas y, a partir de 1952, con contenidos del programa escolar peronista, la estética de *Billiken* y su "código comunicacional" también se abrieron camino en el gran tomo peronista *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*. Publicado por el Control del Estado de la Presidencia de la Nación, dirigido por el coronel Dalmiro Jorge Adaro, quien más tarde dirigiría la Secretaría de Inteligencia del Estado, el libro es un objeto físico imponente que mide 35 cm × 27 cm y contiene 806 páginas repletas de ilustraciones a todo color. El título hace referencia a la Constitución Justicialista de 1949, que proclamaba a Argentina como "una nación 'socialmente justa, económicamente libre y políticamente soberana'".[102] El libro emplea un formato ilustrado para anunciar los logros del régimen hasta el momento, examinando el estado del país en 1943, los progresos realizados hasta 1950 y la proyección hacia un futuro aún más próspero. Perón vinculó los temas centrales de *Justa, libre, soberana* a la infancia durante el discurso de inauguración del año escolar de 1950 que apareció en *Billiken* en el número 1580 ya citado. Perón señaló que el

nombre de la escuela —Justicialista— "nos pone en contacto con todas las aspiraciones de una patria justa, libre y soberana con que soñamos".

Una nota en la tercera y última edición de *Justa, libre, soberana* aclara que el material del tomo había sido producido únicamente por empleados estatales existentes, sin contratar servicios externos.[103] Al final de la primera edición aparecen los nombres de 18 artistas, entre ellos Amleto Scarzello, acuarelista, ilustrador y empleado del Ministerio de Obras Públicas, Walter Ciocca, creador de la historieta gauchesca *Hormiga negra*, publicada en *La Razón* en 1950, y Horacio Álvarez Boero, artista empleado de la Oficina de Propaganda Postal, quien más tarde realizaría varias series de sellos postales. Dado que los ilustradores de *Justa, libre, soberana* procedían de distintos ámbitos artísticos, las ilustraciones del libro presentan una gran variedad de estilos e influencias, que van, como describe Santoro, desde la propaganda política de influencia soviética a imágenes que recuerdan la publicidad de consumo estadounidense de posguerra, pasando por el arte gráfico popular.[104] En su estudio de las imágenes peronistas de los trabajadores, Gené describe el proceso mediante el cual el peronismo se apropió de las tradiciones gráficas existentes y las reinscribió con nuevos significados simbólicos. Reconociendo los préstamos del régimen de la cultura gráfica impresa, Gené afirma: "No fueron... las artes eruditas sino las gráficas el vehículo privilegiado para visualizar la acción y los objetivos del gobierno".[105] Uno de los retratos de Evita que se reprodujo extensivamente en los afiches políticos fue pintado por Raúl Manteola. La contribución de Manteola a Atlántida se extendió más allá de los retratos de los Grandes Hombres de la Argentina encargados por *Billiken* y el artista chileno también realizó las tapas de *Para Ti* a partir de 1935 y durante casi 30 años. Al ilustrar a Evita a la manera de una tapa de *Para Ti*, Manteola

llevó la estética de los semanarios femeninos a la esfera de la propaganda política.

Según Santoro, la influencia del arte gráfico popular en *Justa, libre, soberana* hace que su estilo sea ingenuo. Para Soria, el libro es un manual de instrucciones, probablemente pensado para usar en las escuelas y también identifica el uso que hace la propaganda peronista de los textos infantiles y escolares para llegar a un público popular. Para Ballent, las imágenes en colores pastel recuerdan a los libros de lectura escolares y su contenido histórico, geográfico y estadístico presupone su uso en las escuelas. Sin embargo, Ballent reconoce también que el uso de imágenes en el libro habla de mitificación colectiva: “La obra parece atribuir a su público de ciudadanos las habilidades e intereses de una población infantil. En otras palabras, el lector presupuesto es un niño, y el lector real se siente invitado a serlo, en sentido literal o figurado”.[106]

Santoro, Soria y Ballent identifican la mezcla de influencias entre las ilustraciones infantiles y el arte gráfico popular de la prensa escrita, aunque sólo Soria hace una breve referencia a la similitud de “Algunos jalones de nuestra historia” de *Justa, libre, soberana* con la página habitual de *Billiken* “Nuestra historia”, que se publicaba desde 1932.[107] Sin embargo, la similitud gráfica va más allá de esa sección, ya que muchas de las páginas del gran tomo peronista utilizan versiones de un formato cuadriculado estándar en el que las viñetas con texto acompañante en paneles se enlazan en filas, tal como en las historietas. En el libro, secciones tan diversas como el “Estatuto del peón rural” (véase la figura 12), “Hogares de tránsito”, “Los niños santiagueños empiezan a vivir” y “Algunas reformas universitarias”, entre otras, reproducen la organización gráfica de *Billiken*.[108]

Santoro afirma que “una síntesis radical que aporta *Justa, libre, soberana* son los pictogramas que enumeran casas, escuelas, barcos, fábricas... en centenares de cuadrículas, como en un extenso inventario gráfico”.[109] Este uso de imágenes organizadas en cuadrículas para presentar material educativo no podía considerarse “radical” en 1950. Este sistema no era exclusivo de *Billiken*, ni fue inventado por ella, pero fue pionera en su transmisión a un público masivo. A partir de 1937, cuando la revista incrementó y formalizó el material educativo, se hizo hincapié en la visualidad de este material. La presentación gráfica de la historia se extendió a partir de ese momento a otros temas, como la geografía y el vocabulario, creando, en efecto, un inventario gráfico presentado en cuadrículas de objetos que abarcaban desde los animales hasta la maquinaria y desde las plantas hasta las costumbres rurales. La estética visual peronista exhibida en *Justa, libre, soberana* se apropió y reconfiguró los diseños gráficos preexistentes utilizados en *Billiken*, ampliando el público lector del material pedagógico basado en imágenes para incluir a los adultos que también había que educar sobre sus nuevos roles, derechos y responsabilidades en la Nueva Argentina.

La muerte de Evita y el privilegio peronista de los niños

Para 1950, *Billiken* y el peronismo se mantenían en gran medida en equilibrio y cada uno sacaba provecho de su asociación: el gobierno pudo hacer llegar contenido favorable al régimen a hogares de afiliaciones políticas opositoras que a lo mejor no hubieran optado por comprar *Mundo Infantil* y *Billiken* pudo aprovechar las oportunidades comerciales que ofrecía el Año del Libertador. A partir de 1952, este equilibrio cambió cuando *Billiken* aumentó la cantidad de material peronista, sobre todo por

las referencias al fallecimiento de Evita el sábado 26 de julio. El acontecimiento se reconoció en la primera oportunidad posible en el número 1703 del lunes 4 de agosto. La tapa mostraba una ilustración de la estatua de San Martín con sus nietas, lo que era bastante común para un número de *Billiken* en las vísperas del aniversario del Libertador. La portada, o la página 3, se sustituyó por el retrato de Evita de Numa Ayrinhac de 1950 que se había utilizado para la tapa del libro *La razón de mi vida*. La imagen fue acompañada por la siguiente leyenda:

> Señora Eva Perón, Jefa Espiritual de la Nación, cuyo fallecimiento ha motivado conmovedoras demostraciones de dolor, y que sigue viviendo en el corazón de aquellos a quienes prodigó su amor y su ternura en la vasta y admirable obra en el bello lema de que “los únicos privilegiados son los niños”.

La frase “los únicos privilegiados son los niños” es adaptada del número 12 de las Veinte verdades peronistas referidas en el discurso de Perón del 17 de octubre de 1950 y cuya versión completa es “En la Nueva Argentina los únicos privilegiados son los niños”. Perón ya había llamado a los niños “los únicos privilegiados” en el contexto de las escuelas y la alfabetización en su discurso sobre la inauguración del año escolar en 1950, pronunciado en el mismo evento reportado por *Billiken* en marzo de 1950. En su discurso, Perón proclamó: “Que sean ellos [los niños] los únicos privilegiados en el país; que reciban en cada escuela el privilegio que les corresponde... y que aprendan cuanto deben aprender los niños argentinos para asegurar el futuro de la patria”. Las Veinte verdades fueron luego impresas en su totalidad en el primer número de *Mundo Peronista*, el 15 de julio de 1951, y también en la última página de *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*. La

abreviatura “Los únicos privilegiados...” tituló la imagen de tapa del número 6 de *Mundo Peronista*, que muestra a Evita rodeada de niños. En el número 8, la sección dedicada a los niños, “Tu página de pibe peronista”, incluía el recordatorio: “No olvidés nunca, pibe peronista, que en la Nueva Argentina de Perón ‘los únicos privilegiados son los niños’”.

Esta piedra angular de la doctrina política justicialista, tomada, como nos dice *Mundo Peronista*, del “pensamiento vivo de Perón”, es convertida en un “hermoso lema” por *Billiken* en el obituario de Evita. Además, se despolitiza y se despoja de su contexto peronista al omitir “Nueva” de Nueva Argentina. De hecho, este “hermoso lema” fue adoptado como una forma de conciliar el protagonismo de Evita en la revista, del mismo modo que las fotos de la pareja presidencial destacaban en gran medida su participación en actos relacionados con la infancia y la escuela. A partir de su inclusión en el obituario de Evita, la frase “los únicos privilegiados son los niños” se repitió en el número de la semana siguiente, primera oportunidad en que se abordó adecuadamente la muerte de Evita y en el que también aparecieron tres páginas de fotos de la primera dama rodeada de niños en distintos lugares del país. Del mismo modo, en el primer aniversario de su muerte, *Billiken* publicó una foto de Evita en la portada con un epígrafe que se refería a los niños como “los únicos privilegiados”, seguida de una doble página de fotos de un desfile militar reciente.[110]

La noticia de la muerte de Evita se expresa con respeto, pero de una manera que no explicita si los directores y empleados de Atlántida se encuentran entre la gente afligida por su fallecimiento. Como era de esperar, esto contrastó enormemente con el dolor expresado en el número correspondiente de *Mundo Peronista*. En todos los 91 números de *Mundo Peronista* aparecieron Perón, Evita o ambos en la tapa, ya fuera en versiones ilustradas de fotos o en reproducciones de retratos, incluyendo

versiones del retrato de Evita realizado por Ayrinhac. En el número 26 apareció otra versión más del mismo con el agregado de simbología religiosa, en consonancia con la percepción de la santidad de Evita por parte de sus devotos (véase la figura 13).

En "Tu página de pibe peronista" de esa semana se reconoce, en primer lugar, el dolor del lector: "La que te quiso como una madre, querido pibe, está hoy en el Cielo". Hay luego una exhortación a nunca referirse a Evita en pasado. Otro párrafo mezcla el lenguaje emotivo y la simbología religiosa en un refuerzo del discurso justicialista:

> No puedes ver la corona de luz que Evita luce en estos instantes. Mucho más luminosa que todos los diamantes de la tierra... Esa corona deben haberla hecho los ángeles con las lágrimas de dolor que ella enjugó en los ojos de los enfermos, de los viejecitos, de los niños y de los pobres.[111]

Billiken dedicó tres números a rendir homenaje a la primera dama inmediatamente después de su fallecimiento. Las fotos que publicaba de Evita solían mostrarla rodeada de niños, logrando así hacer encajar los homenajes dentro de los contornos de una revista infantil. Sin embargo, en el tercer número conmemorativo, además de una doble página de fotografías del funeral, se incluyó una página ilustrada que reproducía los Derechos de la Ancianidad, tomados, según se nos dice, de un discurso pronunciado por Eva Perón en nombre de su fundación.[112] La inclusión de este material extiende la presencia de Evita en *Billiken* más allá de la conexión con la infancia para abarcar a los otros beneficiarios vulnerables de la asistencia social según el discurso justicialista. La representación visual de los derechos de la ancianidad de 1955 se distingue por haber sido

dibujada por Idelba Dapueto, mujer pionera de la historieta argentina (véase la figura 15). Fue sólo en el tercer aniversario de la muerte de Evita, pocas semanas antes de la destitución de Perón en septiembre de 1955, que su fallecimiento entraba en el Calendario escolar de *Billiken*. Dado el aumento de material peronista en la revista a partir de 1953, concretamente con la inclusión de contenido relacionado con el Segundo Plan Quinquenal, es sorprendente que se haya tardado hasta 1955 en incorporar a Evita en este calendario.

Billiken *y el Segundo Plan Quinquenal (1953-1955)*

El Segundo Plan Quinquenal fue aprobado en diciembre de 1952 e incorporado a los programas escolares al año siguiente. Mónica Rein identifica la peronización del sistema educativo como un proceso en dos etapas. La primera etapa estructural e institucional se centró en la construcción de escuelas para ampliar el acceso a la educación. Así lo reflejan las fotos de escuelas publicadas en *Billiken* en 1951, acompañadas de un texto en el que se afirma que en los años anteriores se habían inaugurado cientos de ellas:

> Una de las preocupaciones fundamentales del gobierno presidido por el general don Juan D. Perón es la de proporcionar a la niñez modernos establecimientos educacionales... para que pueda cumplirse en un ambiente feliz la educación integral de todos los niños y jóvenes que habitan en nuestra querida patria.

El proyecto de infraestructura fue la base para la segunda fase, la de "adoctrinamiento político" que duraría hasta la destitución de Perón.[113] El

plan de estudios revisado se aprobó en 1951, pero los libros de lectura reescritos sólo estuvieron disponibles a partir de 1953. En ese mismo año, los textos escolares empezaron a incorporar el Segundo Plan Quinquenal y también se elaboraron manuales que instruían al cuerpo docente sobre la mejor manera de integrar el Plan en las clases. El epígrafe de uno de estos manuales es una cita de Perón: "Nosotros estamos dedicados a entregar a los maestros la educación de nuestros hombres, persuadidos de que, al hacerlo, estamos poniendo en manos capaces y virtuosas la formación del espíritu, del intelecto argentino, de la propia Nación".[114]

Como demuestran Artieda y Cañete, los libros de lectura peronistas transmitían el mensaje de que leer y estudiar era una labor imprescindible para que los niños participaran en la construcción de un futuro colectivo.[115] Esto recuerda las intervenciones editoriales de *Billiken* en la década de 1930, examinadas en el capítulo anterior, que promovían la práctica de la lectura para garantizar un futuro mejor. Carli detecta dos etapas en los discursos peronistas sobre la infancia: el enfoque del primer mandato sobre "los únicos privilegiados" da paso a la evocación de la "nueva generación del año 2000".[116] La integración del Segundo Plan Quinquenal en los diseños curriculares fue una de las estrategias de una llamada política a los niños. A partir de 1953, el material educativo de *Billiken* se centró cada vez más en las efemérides peronistas y en los contenidos curriculares relacionados con el Plan. El tratamiento cambiante que se da a las dos fechas clave del peronismo —el 17 de octubre y el 9 de julio reinscrito— ofrece un barómetro de la creciente influencia del gobierno en la revista.

El nacimiento simbólico del movimiento peronista el 17 de octubre, celebrado como el Día de la Lealtad, marcó la congregación de las masas en la Plaza de Mayo ese día de 1945 para exigir la liberación de Perón. La primera mención de este día, en 1950, significó la inclusión del peronismo

en el universo *Billiken*. Se destacó como fecha conmemorativa reconocida ahora en el Calendario escolar y se representó con una ilustración, en lugar de una foto. Aunque la fotografía se ha considerado más poderosa que la ilustración por su función testimonial, en el contexto de *Billiken*, la ilustración es el medio visual que contiene más significado cuando se elige para el retrato de un individuo. La incorporación de Perón al catálogo de los Grandes Hombres ilustrados significaba que había ganado equivalencia con ellos. Perón no fue completamente asimilado al panteón *Billiken* de los próceres argentinos, ya que no se le encargó ningún retrato de Manteola y nunca apareció en una tapa. Sin embargo, su aparición ilustrada en las páginas interiores proyecta la idea de posteridad histórica e integra el peronismo en la narrativa que la revista hace de la historia argentina.

La primera ilustración para el Día de la Lealtad muestra a Perón y Evita en el balcón de la Casa Rosada: “Contemplan la gran multitud reunida en la histórica Plaza de Mayo y agradecen las demostraciones de lealtad y simpatía del pueblo, que nunca les han faltado desde el 17 de octubre de 1945”. Entre la multitud, una maestra de escuela, distinguible por su guardapolvo blanco, es una de las figuras más destacadas. En 1951, una foto de las celebraciones en la Plaza de Mayo para el aniversario del 17 de octubre de 1945 comparte página con otro acontecimiento del Calendario escolar de octubre, la muerte del presidente Julio Argentino Roca.[117] Este hecho es representativo de los contenidos de *Billiken* que precedieron al peronismo y que seguirían apareciendo más allá del régimen. Cabe recordar que la campaña militar liderada por Roca en contra de los pueblos indígenas tardó décadas en ser revalorizada como genocidio y su figura fue sustituida, por la de Evita, en el billete de 100 pesos en 2012.

El número correspondiente de 1953 lleva a Colón en la tapa y, en el interior, una página con dos fotos que representan el 17 de octubre, una de

las cuales muestra a Perón entregando medallas a peronistas leales. En este número también aparece una doble página de ilustraciones subtituladas, organizadas en forma de cuadrícula, enmarcadas en la parte superior izquierda por "Semana de Justicialismo", ya que el día del 17 de octubre se amplificaba a toda una semana en el Calendario escolar. Los paneles dedicados a la "Justicia Social" demuestran la amplitud de las intervenciones del gobierno, desde los "Derechos de los trabajadores" hasta la "Ciudad infantil" y los "Hogares de ancianos". En la página opuesta, bajo el título "Independencia económica", hay ilustraciones dedicadas al "Progreso de las industrias" y al programa de nacionalización. Las viñetas que representan la "Soberanía política" incluyen una ilustración de una pareja bailando zamba con el texto: "Recuperación de nuestras tradiciones. Conciencia nacional" y otra de mujeres en las urnas: "Voto femenino". El formato cuadriculado de estas páginas curriculares del Segundo Plan Quinquenal recuerda el diseño gráfico de *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana* creando así un círculo de préstamos y transposiciones que conectan *Billiken* y el peronismo en términos de identidad visual.

El tratamiento que *Billiken* da al Día de la Independencia siguió un patrón similar. El 9 de julio de 1947 Perón declaró la Independencia Económica de la Argentina en la misma Casa de Tucumán donde se había firmado la Declaración de Independencia en la misma fecha de 1816. La representación de esta fecha en *Billiken* tuvo el potencial de tener un mayor impacto que la del 17 de octubre porque apareció en el número que normalmente se dedicaría al 9 de julio original, reforzando así esta legitimación histórica retrospectiva del peronismo. En 1948, 1949 y 1950, los números sobre el 9 de julio trataron la fecha como de costumbre, sin ninguna mención al peronismo. En 1951, el Acta de la Declaración de la Independencia Económica se ve rodeada de ilustraciones que representan la

riqueza económica de Argentina en forma de cultivos, carne, fábricas, trenes y barcos. Se incluye también una mención a Perón en el pie de la imagen. La representación de la Independencia Económica en 1952 difería al agregar una ilustración de Perón en la proclamación del acta, que en sí se presenta como un documento antiguo, amarillento y con bordes rugosos. Es una versión más sutil de la presentación del mismo texto en *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, donde el envejecimiento de este documento nuevo refuerza su vínculo con la Declaración de Independencia de 1816.[118]

En el número de 1953, el 9 de julio de Perón recibe un tratamiento especial en la lámina de la página central, que presenta una ilustración de la Declaración de Independencia de 1816 sobre una ilustración de Perón con motivo de la proclamación de la Independencia Económica de 1947, presentando ambos acontecimientos como equivalentes (véase la figura 16). La ilustración que representa 1816 ya había aparecido en las tapas de *Billiken*, más recientemente en 1949, y es una versión del cuadro *El Congreso de Tucumán*, de Francisco Fortuny, de 1910. Al replicar esta escena en la ilustración del Acta de la Independencia Económica, *Billiken* puso a Perón a la altura de los estadistas independentistas y reprodujo el discurso peronista que buscaba legitimar el régimen.

El Día del Trabajador, 1° de Mayo, es anterior y posterior al peronismo, pero fue apropiado por el gobierno. Para el 1° de Mayo de 1951, se ofrece una página de fotos, en su mayoría de hombres, que representan distintas profesiones (las mujeres son una enfermera y un ama de casa). En 1952, las fotos se sustituyen por ilustraciones y en 1953, éstas adoptan el formato cuadriculado utilizado para los contenidos curriculares relacionados con el Segundo Plan Quinquenal. En 1953, la página se enmarca como “1° de Mayo: Día de los trabajadores”, pero se hace referencia tanto al Plan como

a la Constitución y el título de la página es “Derechos del trabajador”. Estos derechos, tomados según nos dicen del artículo 37 de la Constitución Nacional, aparecen transcriptos en el centro de las páginas del 1° de Mayo en 1954 y 1955, enmarcados por ilustraciones que representan distintas profesiones. En 1955, el panel en donde se inscriben los “Derechos del trabajador” se presenta como una pancarta sostenida por dos trabajadores, el campesino rural y el obrero urbano (véase la figura 17). Esta imagen es la que más claramente evoca los afiches peronistas. A su vez, Gené demuestra cómo las imágenes peronistas de los trabajadores se reconfiguraron a partir de varias tradiciones existentes de la cultura visual política.[119]

Manuel Ugarte, el ilustrador de la imagen del Día del Trabajador de 1954, también contribuyó a muchas de las representaciones visuales del Segundo Plan Quinquenal de la revista. Había colaborado con *Billiken* durante varios años antes de la primera elección de Perón, sobre todo en la página “Nuestra historia”. La continuidad de su presencia sugiere que *Billiken* seguía a cargo de la producción de sus ilustraciones y no publicaba trabajos que no fueran encargados por la revista, aunque el contenido de esas imágenes se hubiera podido adaptar para cumplir con las directivas del gobierno. La presencia de Ugarte más allá del primer peronismo contribuyó a dar continuidad visual a lo largo de los períodos preperonista, peronista y posperonista. La reelaboración, en 1958, de la imagen del Día del Trabajador muestra cómo los responsables de *Billiken* supieron reafirmar sus improntas ideológicas. Si bien se mantienen las ilustraciones de algunas profesiones, están ausentes los obreros que evocaban un afiche peronista. Sin embargo, lo más significativo es el cambio de texto: los Derechos del Trabajador peronistas son sustituidos por la “Plegaria por los buenos trabajadores” de Constancio C. Vigil (véase la figura 18).

Al considerar la cantidad de contenido peronista en *Billiken* es importante señalar que textos importantes como la autobiografía de Evita, *La razón de mi vida,* de lectura obligatoria en las escuelas, nunca llegaron a la revista. Tampoco se reprodujeron en las páginas de alfabetización aquellos famosos textos peronistas para primeros lectores que insertaban a Evita en la fórmula tradicional de "Mi mamá me ama". En cambio, Atlántida supo preservar y promover iniciativas preperonistas. *¡Upa!,* el libro de Constancio C. Vigil para aprender a leer, publicado por primera vez en 1943, apareció sin cambios durante todo el período, con 1.095.000 ejemplares vendidos entre 1946 y 1954, 254.000 de los cuales se vendieron en 1952.[120] En *Billiken*, las páginas de alfabetización se mantuvieron como uno de los lugares de la reproducción y amplificación de los roles tradicionales dentro de las familias. El mundo interior de las mujeres y las niñas contrasta con el mundo exterior de los niños y los hombres en una continuación de lo que se veía en piezas ya citadas sobre la vida familiar y en la yuxtaposición de la muñeca Marilú con el personaje Comeuñas de Borocotó. Estas representaciones se ejemplifican en las páginas contrastantes de la figura 19: Mamá cocina, limpia y cuida a los niños mientras Papá sale. Esta visión estaba totalmente en consonancia con las representaciones de los roles de género transmitidas en los manuales escolares peronistas y más ampliamente. Evita atenuó su imagen pública de mujer en el centro del poder en sus discursos. El derecho de voto femenino, concedido en 1947 y en gran medida pasado por alto en *Billiken,* fue presentado por el régimen como una extensión del papel natural de la mujer como guardiana moral de la sociedad.

La construcción peronista de la infancia compartía la creencia de los regímenes políticos anteriores de que el niño era, en palabras de Sarmiento, un "ser incompleto" al que se podía socializar políticamente y convertir en

un futuro ciudadano deseable. El futuro ciudadano previsto por *Billiken* se acercaba más al que habían promovido los regímenes anteriores y con el peronismo se produce un cambio en la orientación política deseada del futuro ciudadano. Sin embargo, la visión de la infancia que sustenta este proceso representa una de las continuidades conservadoras en torno a las cuales se estructuró el peronismo. Esto es visible incluso a nivel del lenguaje empleado para hablar de la infancia y sus luchas venideras. La siguiente cita de Perón se publicó en *Justa, libre, soberana*: “He pensado siempre que la tarea del maestro no es solamente la de instruir, sino la de educar y formar el alma y la inteligencia, y dar armas a los hombres para la lucha por la vida o en la vida”. En *Billiken*, una de las muchas intervenciones editoriales que funcionan como publicidad para Atlántida Libros usa la misma metáfora: “Todos los niños han de preparar su inteligencia para luchar y triunfar cuando sean grandes. Pedir como regalos a padres y parientes buenos libros es pedir lo indispensable: es armarse noblemente para la batalla de la vida”.

Los años del primer peronismo fueron inusuales en la historia de *Billiken* por presentar tanta propaganda política. Aun así, la proporción de páginas dedicadas a contenidos peronistas fue hasta insignificante si se tiene en cuenta que se publicaron 480 números durante los años peronistas, cada uno de ellos con entre 33 y 40 páginas. La comparación con *Mundo Infantil* también muestra lo poco efusivo que fue *Billiken* en su apoyo a Perón. Talía Gutiérrez llega a una conclusión similar al comparar *La Chacra* de Atlántida con su rival peronista *Mundo Agrario*, de Editorial Haynes. En enero de 1953, *La Chacra* incluyó una transcripción del Segundo Plan Quinquenal, que ya era obligatorio para todas las publicaciones, pero omitió los discursos y comentarios que se encontraban en el número correspondiente de *Mundo Agrario*. Ambas publicaciones mostraron la

misma cosechadora en la tapa de ese número, pero mientras *La Chacra* sobrescribía el nombre de la máquina, *Mundo Agrario* hizo uso del lema “Perón cumple”.[121] Esto sugiere que la práctica de *Billiken* de publicar la cantidad justa de contenido afín al gobierno como para evitar intervenciones reflejaba la estrategia más amplia de Atlántida. A diferencia de muchas publicaciones, emergió del período prácticamente intacto, aunque las cuotas de papel prensa provocaran la reducción de su expansión panamericana. Después de que reapareció tras su pausa de cuatro semanas en 1949, su publicación semanal continuó ininterrumpidamente durante el primer peronismo y más allá. Los editores también lograron sacar el máximo provecho, tanto culturalmente como económicamente, del Año del Libertador. Una vez más, esto habla de los fundamentos conservadores del peronismo y de la consiguiente proximidad cultural de *Billiken* al régimen. Atlántida gestionó con éxito su adaptación al peronismo al manifestar apoyo suficiente para poder seguir publicando durante el régimen, pero no tanto como para ser castigada por la posterior y autoproclamada Revolución Libertadora, que pretendía borrar todo rastro de Perón y Eva de la cultura, la política y la sociedad argentinas. El golpe de Estado del 16 de septiembre de 1955 que derrocó a Perón no se menciona en las páginas de *Billiken*. Se registra la toma de poder en una foto publicada el 10 de octubre del presidente provisional de facto Eduardo Lonardi, acompañado de su vicepresidente y de otros generales. El cambio político no trajo grandes repercusiones para *Billiken* que, de hecho, prosperó en los años que siguieron al derrocamiento de Perón. En mayo de 1958, alcanzó su auge al convertirse en la primera publicación en español en vender 500.000 ejemplares en una semana.[122] Mientras alcanzaba estas cotas de éxito, se enfrentaba a retos institucionales que pronto se verían desbordados por la llegada de su competidora *Anteojito*.

77 Según *Guinness World Records*, en 2022, *Murzilka* tenía el récord de la revista infantil más longeva aún en circulación. La afirmación de publicación ininterrumpida se repite en Judith Gociol, “El largo camino de *Billiken*”, *El monitor de la educación*, 5. 10 (2006), 42-46.

78 Pablo Sirvén, *Perón y los medios de comunicación, 1943-1955* (Buenos Aires: CEAL, 1984), p. 82.

79 Marcela Gené, *Un mundo feliz: imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955* (Buenos Aires: FCE-Universidad de San Andrés, 2005).

80 Castillo, Nº 1222, 19/4/1943; Segunda Guerra Mundial, Nº 1141, 29/9/1941, Nº 1222, 19/4/1943; Terremoto San Juan, Nº 1263, 31/1/1944.

81 Nº 1508, 11/10/1948; Nº 1516, 6/12/1948.

82 En los archivos de Atlántida solo se conservan ejemplares de los cinco primeros números de la edición “Grancolombiana” que no incluyen ni la fecha ni la lista de países a los que se distribuyó, lo que sugiere que son maquetas. Las tapas son de Lino Palacio y el material didáctico colombiano corre a cargo de Eleazar Libreros L[orza].

83 Mariano Ben Plotkin, *Mañana es San Perón: propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946-1955)* (Buenos Aires: Ariel, 1994).

84 James Cane, *The Fourth Enemy: Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930-1955* (University Park, PA: Penn State Press, 2011), pp. 178, 194.

85 Claudio Panella y Guillermo Korn, “Introducción”, en *Ideas y debates para la Nueva Argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*, ed. por Panella y Korn (La Plata: Ediciones EPC, UNLP, 2010), t.1, 9-13 (p. 12).

86 Constancio C. Vigil, “[Carta] 1942 mayo 30, Buenos Aires [Argentina] [a] Gabriela Mistral, Petrópolis, Brasil”, Biblioteca Nacional Digital de Chile. Esta carta también revela algo de las estructuras de gestión de Atlántida. Vigil comenta que ya no se involucraba personalmente en tales asuntos y que su hijo, Aníbal, entonces gerente general de la editorial, estaba a cargo del suministro de papel.

87 Mirta Varela, “Le péronisme et les médias: contrôle politique, industrie nationale et goût populaire”, *Le Temps des Médias. Révue d’histoire*, 7 (2006), 48-63 (pp. 53-54).

88 Sirvén, p. 83.

89 Claudio Panella, “Mundo Peronista (1951-1955): una tribuna de doctrina y propaganda”, en *Ideas y debates para la Nueva Argentina*, ed. por Panella y Korn, pp. 281-306 (p. 283).

90 Gené, p. 13.

91 María E. Bordagaray y Anabella Gorza, “Mundo Infantil y la socialización de género en la infancia del primer peronismo (1950-1952)”, en *Ideas y debates para la Nueva Argentina* ed. por Panella y Korn, pp. 255-79 (p. 260).

92 Bontempo, *Editorial Atlántida: un continente de publicaciones*, p. 280.

93 Cane, p. 194.

94 Nº 1597, 24/7/1950.

95 Nº 1528, 28/3/1949; Nº 1697, 23/6/1952.

96 Bordagaray y Gorza, p. 262.

97 Nº 1603, 4/9/1950, Nº 1622, 15/1/1951.

98 Nº 1580, 27/3/1950. El discurso al que se refiere en *Billiken* se publicó aquí: “El General Perón inauguró el curso lectivo y la campaña sanmartiniana de alfabetización”, *Boletín de Comunicaciones*, Ministerio de Educación, año 2, Nº 107 (17/3/1950), 98-101.

99 “Alcanzó pleno éxito la primera conferencia de Ministros de Educación de la Nueva Argentina”, *Boletín de Comunicaciones*, Ministerio de Educación, año 2, Nº 111 (7/4/1950), 254-59.

100 Mónica Rein, *Politics and Education in Argentina, 1946-1962* (Londres: Routledge, 2016), p. 74.

101 Nº 1589, 29/5/1950.

102 Luis Alberto Romero, Luciano de Privitellio, Silvina Quintero e Hilda Sabato, *La Argentina en la escuela: la idea de nación en los textos escolares* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2004), p. 125.

103 *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, 3.a ed. (Buenos Aires: Control de Estado de la Presidencia de la Nación, 1950), p. 806.

104 Daniel Santoro, “La construcción imaginaria de un mundo”, en *Perón mediante. Gráfica peronista del período clásico*, ed. por Guido Indij (Buenos Aires: La Marca, 2006), pp. 21-23 (p. 21).

105 Gené, pp. 13, 19.

106 Claudia Soria, “La propaganda peronista: hacia una renovación estética del Estado nacional”, en *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna* (Buenos Aires: Prometeo Libros, 2010) ed. por Claudia Soria, Paola Cortés Rocca y Edgardo Dieleke, pp. 31-48 (pp. 35-36); Anahí Ballent, “Los tiempos de las imágenes: la propaganda del peronismo histórico en los años noventa”, en *Políticas del sentimiento*, pp. 213-24 (p. 215).

107 *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, pp. 24-27; Soria, p. 37.

108 *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, pp. 162-63, 197, 215, 302-3.

109 Santoro, p. 22.

110 Nº 1753, 20/7/1953.

111 *Mundo Peronista*, Nº 26, 1/8/1952.

112 Nº 1706, 25/8/1952.

113 Nº 1638, 7/5/1951; Rein, p. 6.

114 Ministerio de Educación. Dirección General de Enseñanza Secundaria, *Cuadernos para la Escuela Media* (Buenos Aires, 1953).

115 Teresa Laura Artieda y Hugo Cañete, “Escenas de lectura en los textos ‘peronistas’ (1946-1955)”, en *La lectura en los manuales escolares*, Spregelburd y Linares, pp. 159-77 (p. 163).

116 Carli, *Niñez, pedagogía y política*, p. 258.

117 Nº 1609, 18/10/1950; Nº 1661, 15/10/1951.

118 Nº 1647, 9/7/1951; Nº 1699, 7/7/1952; *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, p. 139.

119 Gené, Lámina X, folleto s.f. n.p. Números de *Billiken* con referencia al Día del Trabajador: Nº 1637, 30/4/1951, Nº 1689, 28/4/1952, Nº 1741, 27/4/1953, Nº 1793, 26/4/1954, Nº 1845,

25/4/1955.

120 Roberta Paula Spregelburd y Susana Vital, “Yo aprendí a leer con el libro *¡Upa!*”, en *La alfabetización de un siglo a otro: desafíos y tendencias*, coord. por Roberto Bottarini y Roberta Paula Spregelburd (Buenos Aires: UNLu, 2009), pp. 205-25 (pp. 210-12). Sobre los manuales de alfabetización peronistas, véase Emilio J. Corbière, *Mamá me mima, Evita me ama: la educación argentina en la encrucijada* (Buenos Aires: Sudamericana, 1999), pp. 97-98.

121 Talía V. Gutiérrez, “El peronismo y el agro. La revista *Mundo Agrario*, 1949-1955”, en *Ideas y debates para la Nueva Argentina*, ed. por Panella y Korn, pp. 167-97 (p. 180).

122 Nº 1868, 10/10/1955; Nº 2003, 26/5/1958.

CAPÍTULO 3

De figuritas a Fuerzas Armadas: estrategias para competir con *Anteojito*

Entre el derrocamiento de Juan Domingo Perón y el golpe militar de 1976, *Billiken* mantuvo su periodicidad semanal en un contexto político convulso. Los numerosos retos interrelacionados a los que se enfrentó a lo largo del período tuvieron menos que ver con el cambiante clima político que con factores institucionales y de mercado. Desde el auge en mayo de 1958, las ventas descendieron con relativa lentitud, hasta situarse en una media inferior a los 100.000 ejemplares a partir de 1975. La transformación del campo mediático con la llegada de la televisión suele correlacionarse con el descenso global de las ventas de las publicaciones periódicas. El panorama fue más complicado que eso, sin embargo. En el caso de los Estados Unidos, cuando los anunciantes se decantaron por la televisión fueron las publicaciones generales de gran tirada las que se vieron más afectadas. Esto llevó a cierres importantes como, en 1969, el del *Saturday Evening Post*, la publicación que, sin saberlo, había proporcionado a *Billiken* su primera ilustración de tapa. En cambio, en el mismo período hubo un aumento tanto en la cantidad como en la circulación de las revistas especializadas que enfocaban un tema de interés en particular y que se dirigían a un público específico. Según Magill, las revistas estadounidenses que no sobrevivieron solían tener directorios formados por "conservadores envejecidos" que no

supieron mantenerse al día.[123] Este no fue el caso de la Editorial Atlántida, que por lo general tomó decisiones con visión de futuro que trataban de responder a los retos de la época. Esto se manifestó con el lanzamiento de *Gente y la actualidad* (más conocida como *Gente*) en 1965 y una breve incursión en la televisión en 1971 cuando la empresa adquirió el 14% de Canal 13 hasta que los canales de televisión fueran expropiados en 1974 bajo la presidencia de Isabel Perón.[124] Sin embargo, durante el período que abarca este capítulo, el tratamiento de *Billiken* careció de la misma energía empresarial que se observa en el resto de la organización.

En los años que siguieron a la muerte del fundador Constancio C. Vigil en 1954, se dedicaron muchas páginas a reflexionar y cimentar su legado, independientemente de lo interesante que esto pudiera o no haber sido para sus lectores. De hecho, los responsables de *Billiken* no se mostraron muy ágiles a la hora de identificar temas de interés para su público. El lanzamiento de la publicación rival *Anteojito*, de Manuel García Ferré, en 1964, impulsó la acción, inspirando varios esfuerzos estratégicos y cambios a nivel de contenidos que quizá no se habrían llevado a cabo si *Billiken* hubiera seguido su curso sin competidores. Como respuesta a *Anteojito*, *Billiken* se remontó a la historia de la cultura impresa con el lanzamiento de álbumes de figuritas y también a los propios archivos de Atlántida, dando nueva vida al personaje El Mono Relojero de Constancio C. Vigil. Mientras que la proximidad de la revista a la dictadura cívico-militar de 1976 a 1983 ha sido objeto de numerosas investigaciones, este capítulo profundiza en el caso menos conocido de implicación con la anterior dictadura de Juan Carlos Onganía (1966-1970). Al cumplir cincuenta años de publicación, ya se había establecido como referente tanto de la cultura infantil como de la educación. La colaboración con las autoridades educativas y militares fue pensada para consolidar ese estatus y se desarrolló como una estrategia para

mantener y aumentar la cantidad de lectores. Durante el período que abarca este capítulo, *Billiken* entró en su fase de madurez y de liderazgo en el mercado, alcanzó su auge y comenzó, lentamente, su inevitable declive.

Los homenajes al fundador

El año anterior al derrocamiento de Perón, en 1955, *Billiken* había vivido su propio proceso de cambio con el fallecimiento de su fundador, Constancio C. Vigil. Se hizo hincapié en el hecho de que murió a la edad de 78 años un día de trabajo en su oficina, comprometido con su empresa hasta el final. En *Billiken*, la muerte de Vigil fue anunciada en una portada con banda negra, en un formato idéntico al utilizado para el anuncio de la muerte de Evita dos años antes. En el primer aniversario de la muerte del fundador, apenas dos semanas después de registrar en la revista el cambio de poder político, se informaba de los actos conmemorativos en su honor. Una multitud en el pórtico del cementerio de la Recoleta fue testigo del descubrimiento de una placa y los empleados se reunieron en el edificio de la calle Azopardo para la presentación del monumento de Vigil, obra de Pablo Tosto. Esta escultura, colocada en el vestíbulo de entrada, presentaba una placa de bronce con el rostro de Vigil de perfil y dos relieves que representaban "El sembrador" y "Cultura espiritual" con la leyenda "El Erial que sembré queda sembrado" en referencia a su libro homónimo.[125]

En 1961, una iniciativa para premiar la asistencia escolar restituyó el discurso nacional preperonista a la vez que insertó a Vigil en él, poniendo al padre de *Billiken* a la altura de los padres de la patria. La conmemoración de los 150 años del nacimiento de Sarmiento presentó la oportunidad perfecta para reafirmar el lugar de éste como el maestro de la nación luego de haber sido marginado por Perón y reemplazado por San Martín en la

campaña peronista de alfabetización. Haciendo referencia a la famosa declaración de Sarmiento de no haber faltado nunca a la escuela, *Billiken* prometía un premio a todos los alumnos que pudieran demostrar, al final del año escolar, un récord de asistencia perfecta, en homenaje a Sarmiento, "gran maestro de América". El premio no llevaba el nombre de Sarmiento, sino el de Constancio C. Vigil. Y el premio, otorgado a miles de niños y niñas, fue un libro escrito por Vigil.[126]

Cabe destacar que la conmemoración de Vigil no se limitó a la fundición de su imagen en bronce para velar por sus dominios, sino que también constituyó la base de las decisiones estratégicas adoptadas en relación con *Billiken* por sus herederos. Atlántida seguía siendo una empresa familiar, dirigida por los hijos, y Carlos Vigil mantuvo la dirección de la revista que había heredado en 1925. El archivo de Editorial Atlántida no conserva documentos como cartas, memorandos o cuentas que arrojen luz sobre la toma de decisiones. La falta de registros comerciales y de correspondencia personal hace difícil determinar la implicación estratégica u operativa de los distintos miembros de la familia Vigil, el nivel de poder de los editores designados y los procesos detrás del nombramiento de nuevo personal o del encargo de nuevos contenidos. Además, durante la mayor parte del período considerado en este capítulo, no se incluyeron los nombres del equipo responsable dentro de la revista como parte de la sección institucional-legal. Las fotos de actos institucionales son un recurso clave para identificar al *staff* permanente y para reconstruir las funciones desempeñadas por los miembros de la familia Vigil dentro de la dirección. Los resultados de las decisiones tomadas y estrategias desarrolladas son identificables en la revista a través de los cambios en el contenido. Esto, junto con los patrones que se han observado en el estudio de empresas familiares multigeneracionales, revela cómo los responsables de *Billiken* estaban en

constante negociación con el pasado mientras tomaban medidas para construir el futuro.

La conmemoración institucional de Vigil a partir de la segunda mitad de la década de 1950 preparó el terreno para una mayor validación externa a lo largo de la década de 1960. Bajo el título "Homenajes a Vigil", se incluían artículos sobre la inauguración de bibliotecas, aulas y escuelas que llevaban su nombre. Oficialmente, Atlántida cifraba en más de tres mil las inauguraciones en nombre del fundador por toda la región latinoamericana. Es difícil imaginar que estas notas estuvieran pensadas para entretener a un público infantil. Se dirigían, más bien, a familias y docentes, reafirmando constantemente la legitimidad de esta publicación de larga tradición y de confianza. En 1959, la lista de invitados a la inauguración de una exposición con motivo del 40º aniversario confirmó su estatus y la estima que se le tenía. El presidente del Consejo Nacional de Educación estaba presente junto a Jorge Luis Borges en su calidad de director de la Biblioteca Nacional. El tema del legado familiar estuvo presente en el discurso pronunciado por Arturo Capdevila, escritor y colaborador de *Billiken*, en la inauguración de la exposición. Capdevila definió a Carlos Vigil como el "buen hijo y excelente continuador" que tenía el honor de celebrar los nobles éxitos de su padre junto con la carga y el privilegio de continuar su legado.[127] Junto con el legado material de Constancio C. Vigil, o sea, el patrimonio acumulado a lo largo de los años de un emprendimiento exitoso, los herederos también se beneficiaban de legados socioemocionales, derivando prestigio por su asociación con Atlántida. Percibían el valor en portar el apellido Vigil que se conservó aun a través de las mujeres de la familia.

Las hijas de Constancio C. Vigil, Leticia y Elodia, no se unieron a sus hermanos Aníbal, Carlos y posteriormente, y de forma temporaria,

Constancio, en la dirección de la empresa. Ambas, sin embargo, se casaron con hombres que serían "adoptados" por la familia como "herederos no consanguíneos" en un patrón que se ha observado en otras empresas familiares como un elemento clave de la planificación de la sucesión.[128] Leticia se casó con Jorge Terra, quien se convirtió en el director de las imprentas de Atlántida, y su hijo, Jorge Terra Vigil, sería más tarde presidente de Atlántida. El marido de Elodia, Alfredo Vercelli, llegó a ser el vicepresidente del consejo de administración. El obituario de Elodia en *Billiken* describe una trayectoria de vida alentada para las niñas lectoras. Esta madre abnegada y de alma pura se volcaba en causas nobles, pero sin nunca desalojar a sus hijos y su hogar del centro de su vida.[129] El hijo de Elodia y Alfredo, otro Alfredo, también trabajó en Atlántida. La familia Vercelli Vigil se asoció con la división de libros y la familia Terra Vigil con el área de sistemas. Dos de los descendientes hombres directos, el hijo de Carlos Vigil, Constancio, y el hijo de Aníbal Vigil, otro Aníbal, pasaron a dirigir el área central, y más prestigiosa, de las propias revistas. Los primos Aníbal (1936-1994) y Constancio (1936-2023) estuvieron al frente de Atlántida durante la dictadura de 1976 a 1983. Miembros de la generación siguiente ya ocupaban puestos directivos en la empresa antes de su venta a Televisa en 2007.

En 1959, en su discurso en la inauguración de la exposición del aniversario, Capdevila negó la perspicacia comercial de Vigil al bautizar su revista con el nombre de la figura internacional y, en aquel momento, tremendamente popular del Billiken.

> [B]ajo el nombre buscadamente trivial de BILLIKEN, como se llamaba a cierto idolillo sonriente que el comercio de menudencias había puesto de moda y que la plácida ingenuidad de la gente miraba como un

> amuleto, hizo Vigil un símbolo. Símbolo que se fue revistiendo de sentido creador. Símbolo de la felicidad del niño, constituida por livianas disciplinas y cariñosas invitaciones al ingenio.
> Ir de la pequeñez a la grandeza es el signo que casi siempre nos dejan como bellísima peculiaridad los elegidos... Y Vigil, desde la trivial pequeñez del concepto de un simple idolillo, llegó a la amplia concepción de todo un símbolo de educación feliz para nuestros niños.

En esta ponderación sobre la tradición inventada que Vigil construyó en torno a la tradición inventada de la figura del Billiken, Capdevila descartó la obra de Pretz sin nombrarla. El pecado original de plagio, cometido al poner nombre a la revista, se omitió en el mito de la creación de esta publicación moral y espiritualmente íntegra. En su discurso, cuando Capdevila habla de la "plácida ingenuidad" de la gente que compraba el amuleto de Pretz, revela una actitud de superioridad que le impide reconocer el rol del público en el éxito de este producto. Tampoco reconoce que eran las y los consumidores quienes ayudaron a crear y a perpetuar, a través de la transmisión transgeneracional, los significados que Capdevila atribuye a la revista. Capdevila pasa por alto la participación de lectores y consumidores en este proceso y posiciona a Vigil como único responsable del éxito de *Billiken*, identificando las acciones del fundador como la respuesta a una llamada superior y no el resultado de la visión empresarial, la dedicación y el esfuerzo.[130]

La historia de Constancio C. Vigil no se promovió como la de un inmigrante emprendedor que creó una oportunidad en una industria emergente. En su lugar, la noción de *Billiken* como faro de valores morales y espirituales, que Constancio C. Vigil había establecido y perpetuado a lo largo de su vida, fue reproducida por sus herederos. En el número 2079 que

celebraba el 40º aniversario, se reimprimió la nota editorial de Vigil de 15 años antes. Ahí afirmaba que *Billiken*, y todos sus esfuerzos, se dedicaban a la felicidad de los niños: “Nunca se calculó con vil afán de lucro. Se hace *Billiken* como para los propios hijos, más con el corazón que con las manos”. Bajo una gran foto de Vigil, se reprodujo también el mismo mensaje tranquilizador que se publicaba de forma intermitente durante las primeras décadas: “Todo cuanto publica *Billiken* está cuidadosamente seleccionado del punto de vista moral y religioso”.

Con Constancio C. Vigil establecido como protagonista del número especial del aniversario, otras páginas se centraron en los acontecimientos de los 40 años anteriores para destacar la longevidad de la publicación. El único contenido centrado en el futuro era una lámina sobre “la conquista del espacio”, presentado como “el tema más apasionante de nuestros días”. Durante la década siguiente, la carrera espacial y el alunizaje proporcionaron a la revista contenidos en todas las secciones. El tema se introdujo en las historietas y los cuentos a través de narrativas de ciencia ficción y también en el material educativo que incluía cada vez más recursos científicos relacionados con el espacio. Sin embargo, la redacción había tardado en captarlo como un tema para sus lectores. La revista mencionó una sola vez el lanzamiento del Sputnik y pasó por alto el vuelo de Laika. De hecho, fue sólo después de que sus lectores mostraron interés que se empezó a incluir contenido sobre el espacio. Este interés se manifestó en los dibujos ganadores del concurso organizado por la empresa de dulces La Campagnola.

Los dibujos de este concurso, que se celebraba desde hacía varios años, se publicaron en una página patrocinada. En conjunto, forman un corpus de producción infantil creada para ajustarse a un objetivo comercial y publicada después de haber sido mediada por editores. Los dibujos eran de

temática muy variada, pero todos incorporaban la requerida colocación de producto. Vemos a vaqueros cabalgando por las llanuras en busca del dulce y a náufragos varados en islas desiertas con un frasco de dulce como única compañía. Aparecía también como la opción preferida de poblaciones entendidas como lejanas y exóticas, con dibujos caricaturescos de personas africanas y asiáticas que recordaban las representaciones encontradas en la revista en los cuentos populares de aventuras. Algunos jóvenes artistas reproducían las convenciones de género de la época y dibujaban a las madres horneando pasteles hechos con el dulce. Los dibujos seleccionados para su publicación fueron los que reflejaban los contenidos de *Billiken*, sus intereses y su visión del mundo (véase la figura 20).

Fue sólo en 1958, después de publicar dibujos de un frasco de dulce como satélite y de un astronauta viajando a la Luna con una caja de dulces, cuando *Billiken* aumentó sus contenidos sobre la exploración espacial. El episodio marcó un cambio: a finales de la década de 1950, empezaba a perder su identidad de líder pionero e innovador en el mercado para convertirse en una publicación reactiva, no proactiva, que le costaba mantenerse al día en cuanto a los intereses de sus lectores. En los años inmediatamente posteriores a la muerte de Vigil, *Billiken* no tuvo competidores comparables y se concentraba en proteger y transmitir el legado del fundador para mantener su posición. Pero con la llegada, en 1964, de *Anteojito* como competidor directo, Atlántida comenzó a poner en marcha una estrategia para su revista infantil que consistía en mirar al pasado para encontrar el camino a seguir. Se vio la historia de la publicación como una fuente de ventaja competitiva y las tradiciones se identificaron como recursos que los herederos pudieron aprovechar y movilizar de manera innovadora.

La reacción al competidor Anteojito

Habían pasado diez años desde la muerte de Constancio C. Vigil hasta el lanzamiento del competidor más importante de *Billiken*, *Anteojito*, el jueves 8 de octubre de 1964. En 1952, Vigil había dado su primera oportunidad al creador de *Anteojito*, el español Manuel García Ferré, al comprar su historieta *Aventuras de Pi-Pío* para *Billiken,* donde se publicó hasta marzo de 1960. En paralelo, García Ferré creaba su propia productora y desarrollaba sus propios personajes. En 1959, Anteojito y Antifaz empezaron a aparecer en cortos publicitarios para Canal 9, en un formato novedoso de *jingle* que anunciaba diferentes productos a lo largo de un dibujo animado de dos minutos basado en los personajes de García Ferré y que ofrecía una progresión narrativa en entregas posteriores.[131] Aunque todas las referencias publicadas sobre *El Club de Anteojito y Antifaz*, el programa de Canal 9 de los sábados por la mañana, afirman que comenzó en 1964, el contenido de *Billiken* sitúa la primera transmisión en abril de 1963. Los personajes Anteojito y Antifaz debutaron en *Billiken* en una página publicitaria. Esta página se anunciaba con una foto de "nuestro colaborador" García Ferré, flanqueado por sus personajes y subtitulada: "Anteojito y Antifaz, los famosos y simpáticos personajes de la televisión, contarán sus andanzas a partir del próximo número de *Billiken*".[132] La semana siguiente, en la primera de estas páginas publicitarias, aparece una foto de Alejandro Romay, director general de Canal 9, cortando la primera torta de cumpleaños para el programa de Anteojito y Antifaz.

La página "El Club de Anteojito y Antifaz" apareció 10 veces a lo largo de 21 semanas, entre el 13 de abril y el 31 de agosto de 1964, y en las demás semanas aparecía un anuncio a toda página del programa de televisión. La introducción a esta nueva página decía:

> Llegan Anteojito y Antifaz a todos los lectores de *Billiken*. Semanalmente: noticias, comentarios, juegos, entretenimientos y todas las grandes primicias del programa infantil más tierno, sano y divertido de la televisión argentina.

La página mostraba fotos del programa, de sus personajes y de su audiencia de niños y niñas que vestían antifaces o anteojos desmesurados. Al pie estaba el recordatorio: "Amiguitos, hasta el domingo a las 11 Hs. En Canal 9". La página también presentaba la primera historieta de Anteojito y Antifaz junto con secciones que luego se ampliarían en la revista *Anteojito*. Entre la última vez que apareció esta página en *Billiken* y la llegada del primer número de *Anteojito* a los puestos de diarios sólo transcurrieron cinco semanas. Según Omar ("Omar-citus") Acosta, un experto en la obra de García Ferré y coleccionista de los 1925 números de *Anteojito*, este primer número se agotó y fue reimpreso.[133] Para cuando *Anteojito* salió a la venta, la serie de televisión había creado una comunidad de fans dispuestos a seguir las aventuras de los personajes originales de García Ferré en formato impreso gracias a las páginas de *Billiken*. Lo que se había creado era, de hecho, el tráiler de una publicación competidora.

Hay distintas versiones sobre la bifurcación de los caminos de García Ferré y Atlántida. En la memoria institucional de Editorial Atlántida, se trata de la traición de alguien de confianza. Según esa versión, García Ferré estaba en proceso de desarrollar contenidos basados en sus personajes originales para *Billiken* y la aparición de una revista rival fue una sorpresa para la editorial. Esto parece basarse en parte en la suposición incorrecta, o en un falso recuerdo, de que García Ferré formaba parte del personal permanente de *Billiken*, en lugar de ser un colaborador. La versión alternativa desde el bando de García Ferré, recopilada por Omar Acosta a

partir de entrevistas y discursos pronunciados por García Ferré en eventos para fans en las últimas décadas de su vida, es que, habiendo considerado al fallecido Constancio C. Vigil como un mentor, García Ferré fue a ver a su hijo Carlos para ofrecerle la primera oportunidad de publicar *Anteojito*. Sin embargo, Carlos Vigil lo rechazó citando como razón la preferencia de Atlántida de desarrollar productos relacionados con los personajes originales del fundador. Ambas versiones de la historia se enmarcan en la rivalidad entre *Billiken* y *Anteojito*, que, para generaciones de lectores, definió a las dos.

La idea de que el futuro de *Billiken* se haya decidido en una sola reunión entre dos hombres a puerta cerrada tiene un cargo dramático atractivo, pero es razonable suponer que la posible asociación se negoció a lo largo de varios meses, al menos durante la promoción del programa *Anteojito* en la revista *Billiken*. Dos de las páginas publicitarias revelan la reciprocidad del acuerdo ya que muestran fotos de Biki, "la canillita de Billiken", que visitaba semanalmente el programa para recitar poemas. En una de las fotos sostiene un ejemplar de la revista (véase la figura 21). Biki parece ser un personaje creado únicamente para su inserción en el programa de televisión, dado que no aparece en ninguna otra parte. Este personaje es uno de los varios intentos efímeros de personificar la revista a lo largo de los años, pero es el único personaje femenino encargado de ello. La figura del canillita es incongrua también por remontar a la historia de la prensa, recordando una infancia de tiempos pasados arraigada en una época en la que Constancio C. Vigil aún vivía.[134] La presencia de Biki, más allá de evidenciar la colocación mutua de los productos, sugiere que, al insertar una pintoresca y anticuada representación del mundo editorial en el mundo televisivo, los editores de *Billiken* pensaban reivindicar el dominio de la prensa, pero que quizás aún no se habían dado cuenta de lo revolucionaria

que iba a ser la televisión, el reto que supondría para la industria de los medios impresos y la amenaza que *Anteojito* representaría cuando se estableciera fuera del marco de colaboración con *Billiken*. También es posible que García Ferré haya elegido publicar *Anteojito* independientemente de Atlántida sólo porque tenía más sentido desde el punto de vista comercial. *Anteojito* era publicada por la Editorial Julio Korn, rival de Atlántida, que ofrecía también la revista femenina *Vosotras* y la deportiva *Goles*, así como las de entretenimiento *Radiolandia*, *Antena* y *TV Guía*. Julio Korn fue uno de los inversores de Canal 9.[135]

En la primera tapa de su revista, el personaje Anteojito se presenta como disruptor en el mundo del papel. Sale por detrás de una página diseñada con tiras cómicas y rompe el papel al extender los brazos como para abrazar a sus lectores. Desde el inicio, *Anteojito* establece un diálogo con el mundo de la televisión. Como señala Mariel Falabella, el precio aparece en la tapa dentro de una forma que imita la de los televisores de la década de 1960, haciendo referencia a su contexto fundacional.[136] En los primeros números, hubo una página de tutoriales de dibujo con el título “TV Dibujando” y que presentaba el dibujo de muestra en un marco con forma de pantalla de televisión. *Billiken* ya había integrado referencias televisivas, sobre todo en historietas como *Aventuras de Lauchín* con cada cuadrícula enmarcada como en una pantalla de televisión. Sin embargo, estas historietas no tenían ninguna contrapartida televisiva, por lo que esta alusión al medio no es lo mismo que la transmedialidad exhibida por la revista *Anteojito* al hacer referencia a la iteración televisiva de Anteojito en el medio impreso.

En 1964, *Anteojito* era uno de los elementos del floreciente universo de García Ferré en el que diferentes personajes originales se cruzaban en historias que transcurrieron a través de la revista, el programa de televisión y en la comercialización de la marca. Como señala Accorinti, al establecer

el universo multimedia de sus personajes, García Ferré tomó a Disney y Hanna-Barbera como referencias externas para las empresas que se dedicaban a los cortos de animación, los largometrajes y el *merchandising*.[137] En 1972, García Ferré profundizaría en el modelo estadounidense, realizando su primer largometraje protagonizado por Anteojito y Antifaz. El éxito de García Ferré puede atribuirse principalmente al atractivo de sus personajes originales, su conexión narrativa a través de los diferentes elementos de este universo y su uso en la publicidad de los productos de la marca. A principios de la década de 1960, los únicos personajes originales de *Billiken* procedían de los cuentos de Vigil escritos 40 años antes. Aún no se habían actualizado y Atlántida carecía de la infraestructura necesaria para replicar la fórmula de García Ferré. Además, algunos de los personajes de García Ferré habían aparecido por primera vez en *Billiken* a través de la historieta *Aventuras de Pi-Pío* (Calculín, Superhijitus y una primera versión de Pe-te-te) y en seis historietas independientes, cada una con un personaje (Calculín, Chim-pan-cee, Ta-te-ti, Pinchapua, Ico y Tijerita) publicadas entre 1956 y 1959. El hecho de que cada una de estas últimas apareció una sola vez es quizás indicativo de la idea de que no hubo interés desde Atlántida en desarrollar los personajes originales de García Ferré.

La propia revista *Anteojito*, como parte constitutiva del creciente universo de García Ferré, no proponía una oferta radicalmente diferente de su antecedente. En cuanto a la identidad gráfica había poco que distinguiera una revista de la otra.[138] Con el tiempo, varios colaboradores de *Billiken* se pasaron a *Anteojito* con el resultado de que se intensificaba la similitud visual y editorial entre las dos. Entre ellos se contaban Norma B. de Adam, la primera mujer que ilustró las tapas de *Billiken*, la jefa de redacción Elba Teresa Cosso y el ilustrador Hugo Csecs, quien se convirtió en el artista de

fondo de los largometrajes animados de García Ferré. Junto a los contenidos originales de *Anteojito*, muchos de los cuales habían debutado en la página promocional, había material que antes se encontraba en *Billiken* tal como *Aventuras de Pi-Pío*. *Ocalito y Tumbita* de Vidal Dávila, publicada por primera vez en 1942, pasó a *Anteojito* a partir del tercer número. *Pelopincho y Cachirula*, una constante de *Billiken* a partir desde 1947, pasó a *Anteojito* en 1970. Esta historieta fue obra de Edward Geoffrey Foldari, un uruguayo nacido en Inglaterra y que firmaba como Fola. En los primeros números de *Anteojito* se reproducía secciones extraídas de los archivos de su rival como "Para los más chicos" y patrones organizativos, como la práctica de publicar un cuento corto en la portada. También se utilizaba la materialidad de la revista para el juego interactivo, ofreciendo juegos de mesa de cartulina, rompecabezas y maquetas de edificios y aviones para armar, todos ellos elementos tradicionales de *Billiken*. Más tarde, ambas ampliaron su oferta de regalos, cambiando las maquetas de cartulina por juguetes de plástico. Que la palabra usada en la industria para referirse a estos regalos sea "gadget" revela el legado del semanario infantil francés *Pif Gadget* que desde 1969 fue pionera en la oferta de juguetes como regalo. A partir de marzo de 1965, con el inicio del curso escolar, *Anteojito* siguió los pasos de *Billiken* al alinearse con el calendario escolar e incluir contenidos educativos y material sobre las efemérides patrias.

Billiken fue el modelo para *Anteojito*, porque, como hemos visto, estableció el patrón de las revistas infantiles en Argentina. El modelado operativo y estructural de *Anteojito* en *Billiken* es evidente tanto a nivel de su visualidad como de su posicionamiento ideológico acerca de la infancia, aun si difería en la forma de interpelar a sus lectores. La nota editorial de García Ferré en la portada del primer número es una declaración de principios que casi podría haber sido tomada de las páginas de *Billiken*, y de

la pluma de Constancio C. Vigil, si no fuera por su tendencia a dirigirse directamente al lector niño. Por lo contrario, García Ferré se dirige a los padres, maestros y tíos (en referencia a Antifaz) de sus lectores. La nota da vida y una identidad autónoma a Anteojito a la vez que explica que la revista es una de las múltiples manifestaciones del personaje: "Anteojito ha querido elegir, para salir a la vida en su forma de revista, un día de primavera. Cuando se lo preguntamos, no supo explicarnos el motivo. Será porque ANTEOJITO es un niño, y los niños sienten antes de pensar". García Ferré sugiere que sea la intuición infantil de Anteojito la que lo ha llevado a percibir una conexión entre la primavera y su propia "esencia infantil" definida como "pureza... milagro de la vida nueva... alegría y siembra para el mañana". Este enfoque en la "esencia", o la naturaleza, del niño recuerda las corrientes pedagógicas de la Escuela Nueva que recuperaron a Rousseau al destacar la tendencia natural de los niños hacia la benevolencia y que disfrutaron de un breve resurgimiento entre 1963 y 1966 bajo la presidencia de Arturo Umberto Illia. De hecho, el momento de la fundación de *Anteojito* hubiera permitido una defensa hasta más robusta de la creatividad y la autonomía de los niños más en la línea de esta cita del presidente Illia, publicada en *Billiken* en un folleto ilustrado desplegable titulado "Mi Patria":

> Los niños constituyen un mundo excepcional creado en gran medida por ellos mismos y no sujeto a cánones convencionales. Esto es primordial conocer, y para orientarlos tanto afectiva como racionalmente, es indispensable tratarlos con las máximas consideraciones, respetando su prodigiosa imaginación, su fantástica inventiva, sus infinitas creaciones. Quien no alegra a un niño comete una grave omisión y quien no lo atiende debidamente, una imperdonable irreverencia.[139]

En la visión de García Ferré, los niños son instintivos, inocentes e irracionales; no están plenamente capacitados para participar en estos debates acerca de la infancia. Por ello, los excluye del contrato de lectura que establece entre los adultos que crean la revista y los adultos que se ocupan del cuidado y la educación de los niños. Asegura a las familias y docentes que *Anteojito* será para los niños "un instrumento eficaz y digno que los ayudará a desarrollar todas esas capacidades, y que, al tiempo que les arranca la carcajada sana y espontánea, irá ennobleciendo su alma y alimentando su inteligencia". El niño se entiende aquí como un ser en transición hacia la edad adulta, lo que sigue los principios normalistas que veían al niño como un "ser incompleto".

En 2001, en el momento del cierre de *Anteojito*, el escritor Rodrigo Fresán sugirió que hubiera sido apropiado que *Billiken* desapareciera junto a su rival, ya que representaban dos caras de la misma moneda. Sobre las diferencias entre las dos escribió: "Durante mi lejana infancia, la de Constancio C. Vigil era prolija, burguesa, bastante desabrida, perfecto material de lectura para chicos que querían ser los mejores alumnos... La de García Ferré... era caótica, alucinada, decididamente psicótica".[140] Está claro que la experiencia de lectura de las dos revistas era distinta y que evocan sentimientos, recuerdos y asociaciones diferentes. Por eso resulta sorprendente encontrar tantas similitudes formales e ideológicas entre las dos. *Anteojito* no representó un cambio profundo con respecto a *Billiken* en cuanto a cómo se dirigía a sus lectores: promovía la misma construcción que se remontaba a la época de la fundación de *Billiken* y adoptó la práctica de seguir el calendario escolar. El factor diferenciador clave era que, en *Anteojito*, estos mensajes se transmitían a través de los originales, divertidos, irreverentes e imaginativos personajes de García Ferré

encabezados por un personaje niño que encarnaba la revista y acompañaba a sus lectores. Dado que el catálogo de personajes originales de *Anteojito*, parte de un naciente universo transmedia, fue tan fundamental para su éxito, resulta curioso que la respuesta inmediata de *Billiken* a su nuevo competidor no dialogara con ninguno de estos aspectos. En su lugar, se inspiró en su propia historia y volvió a las estrategias de venta que apuntaban a la construcción de una comunidad de lectores. Las estrategias de *Billiken* de la década de 1960 son reiteraciones de fórmulas probadas, enraizadas en reconfiguraciones de materiales e ideas existentes. La primera iniciativa, el álbum de figuritas, es evocadora de la tensión entre tradición e innovación que caracteriza la respuesta al reto planteado por *Anteojito*.

Figuritas: objetos impresos efímeros para recortar, catalogar y coleccionar

El álbum de figuritas de *Billiken* de 1964 unía la tradición de coleccionar objetos impresos efímeros con la técnica de venta establecida de los concursos y la serialización. Estaba en consonancia con la misión de educar y entretener y proporcionaba, además, una plataforma para ofrecer contenidos sobre temas de interés actual, como la carrera espacial y las estrellas del deporte. La recopilación y catalogación de material por temas tenía su precedente en la práctica establecida de ofrecer antologías de material visual (por ejemplo, las láminas) y textual (los tomos de la Biblioteca Billiken en series codificadas por colores). Es difícil precisar el primer empleo del término “figuritas” en Argentina y saber cómo entró en uso común en vez de las palabras alternativas como “cromos” o “estampas”. Como *Figuritas* era el nombre de la revista infantil fundada en 1937, el término ya habrá estado bien establecido para entonces. Una cita

de *Figuritas* muestra cómo las imágenes, incluidas las láminas que se colgaban en las paredes de las aulas, formaban parte del corpus visual de la construcción de la nación:

> Esas figuritas que llenan tu cuaderno de recortes, esas figuritas que miras con deleite, esas figuritas que sin saberlo tú, querido niño, van entrando en tu cerebro, por los ventanales de tus ojos... ya que sabiamente elegidas, sólo podrían actuar para hacerte cada vez más bueno, cada vez más sano, cada vez más estudioso.[141]

Este tipo de objeto impreso efímero tiene una larga historia en la cultura impresa tanto en Europa como en América. La aleluya de España (auca en catalán) es uno de los puntos de origen tanto de las figuritas como de las historietas (tebeos en España). Están vinculadas además a los folletines y pliegos de cordel que forman parte de la historia de las revistas y que se produjeron inicialmente para un público más amplio que el infantil. Las aleluyas derivan de las estampas ilustradas que se lanzaban desde los balcones a las procesiones de Semana Santa al grito de “aleluya”.[142] A finales del siglo XVIII, “aleluyas” era el nombre genérico que se daba a los pliegos de imágenes que medían generalmente 30 cm × 40 cm con 48 imágenes en ocho filas de seis viñetas. Los temas se diversificaban luego más allá de lo religioso para incorporar fábulas, historia, geografía y biografías de Grandes Hombres.

Según Martín, cada hoja de aleluyas incluía un tema, a veces con una sola palabra al pie, y las imágenes solían ser numeradas. A partir de 1840, el texto debajo de las imágenes aumentó y éste fue a menudo versificado en pareados. Algunas aleluyas se alejaron de la catalogación de temas e incorporaron una progresión narrativa que combinaba la lectura de palabras

e imágenes con temas que podían considerarse educativos, facilitando así su uso como herramienta de alfabetización. Por lo general se concluye que la aleluya es precursora del tebeo español, y Martín muestra cómo el formato de la aleluya fue adoptado por las revistas españolas infantiles en las primeras décadas del siglo XX.[143] Los cómics de los primeros años de *Billiken* se organizaban en hileras de viñetas subtituladas, siguiendo el estilo europeo (español y francobelga) frente al estadounidense, que integraba texto e imagen de forma más concreta con la innovación del globo de diálogo. Muchas de las historietas de *Billiken* se tomaban de publicaciones europeas, pero las novelas históricas gráficas creadas para la revista, como "Nuestra historia" ilustrada por Manuel Ugarte, seguían también este patrón al igual que las adaptaciones de E. de Arévalo en la serie "Las obras famosas de la literatura al alcance de los niños". García Ferré usaba el estilo estadounidense con globos de diálogos para *Aventuras de Pi-Pío*, pero combinó diferentes tradiciones en otras historietas. En la historieta *Anteojito y Antifaz*, incorporó los globos pero también recorrió a pies de texto versificado, lo que recuerda la tradición de las aleluyas. Para su historieta *Ico*, publicada una sola vez en *Billiken*, incorporó la tradición europea del *broadsheet* al presentar viñetas numeradas en lugar de un formato cuadriculado.

Se llega a las figuritas a través de las aleluyas por la práctica de cortarlas para jugar con ellas. De esa forma las aleluyas fueron precursoras de las tarjetas ya cortadas, conocidas como cromos en referencia a la técnica de impresión cromolitográfica del siglo XIX. Hacia finales de ese siglo, las estampas cromolitografiadas se coleccionaban y conservaban cada vez más en álbumes, siguiendo las trayectorias establecidas por ejemplos similares de objetos impresos efímeros, como las *images d'Épinal* de Francia y los *Bilderbogen* de Alemania, mientras que otras tarjetas impresas seguían

destinadas al juego y al deterioro.[144] Paralelamente, y en toda Europa, surgieron las tarjetas publicitarias estampadas que se insertaban en los paquetes de cigarrillos o formaban la tapa de las cajas. La gran tienda parisina Le Bon Marché emitió series de estampas desde mediados de la década de 1850 y, a partir de 1872, la empresa Liebig's Extract of Meat las produjo como regalos. Gracias a la expansión internacional de aquella empresa, estas estampas se hicieron muy conocidas en Europa, Estados Unidos y Sudáfrica.[145] En todos los ámbitos, se desprendían de su destino publicitario y comenzaban a circular como productos en sí mismas, adoptando un enfoque temático. En el caso del Reino Unido, las series de estampas producidas con motivo de la guerra anglo-boérs inauguró la tendencia de representar acontecimientos contemporáneos a través de este producto impreso.[146]

Billiken llevaba las huellas de esta historia transnacional e interconectada de la cultura impresa. Había incluido figuritas bajo distintos nombres y con distintos formatos muchos años antes de que se lanzara su primer álbum de figuritas. Se pueden encontrar ecos de las aleluyas tematizadas en páginas de colecciones de imágenes presentadas en cuadrículas y con textos ubicados al pie de las viñetas. Muchas se centraban en personalidades destacadas: “Grandes Novelistas”, “Benefactores de la humanidad” —todos hombres excepto Marie Curie— y “Patricias Argentinas” que se destaca por enfocarse en las mujeres y recuerda el collage incluido en el libro escolar de moral cívica de Antuña de 1904. Aunque estas imágenes no estaban pensadas para ser recortadas, se podía optar por hacerlo, creando figuritas a partir de páginas presentadas en un formato que recordaba a las aleluyas. Los anuncios de *Billiken* mostraban cómo este tipo de objeto impreso efímero circulaba en diferentes formatos. Por ejemplo, las galletas Manon venían acompañadas de estampas con escenas de las vidas ejemplares de los

próceres. Antes de que se utilizara la palabra figuritas en *Billiken*, aparecían a veces como "motivos ilustrados". La primera vez que utiliza la palabra figuritas para su propia producción es en diciembre de 1957 para una de las secciones lúdicas ilustradas por D. Valle para un "juego original" de "parejas figuritas", donde las imágenes individuales deben recortarse y emparejarse entre sí (el bebé con la leche, la pluma con la tinta, etc.)

El anuncio de *Billiken* sobre el álbum y el concurso de figuritas aparece menos de un mes después del lanzamiento del primer número de *Anteojito*. Se anuncia que habrá 136 figuritas para coleccionar, recortar y pegar en un álbum, emitidas en entregas a partir del 16 de noviembre. En el número 2340, el aviso "Este ejemplar contiene un álbum para coleccionar figuritas" se superpone a la tapa de Lino Palacio, anticipando el estilo adoptado en la época posterior a Palacio, cuando las tapas pasaron a utilizarse como espacio publicitario de los contenidos de la revista y las ilustraciones de tapa convivían con estos mensajes. El álbum, un suplemento con su propia tapa, incluye los títulos de las diferentes secciones —"Por las rutas del aire (últimos modelos de aviones), Adornos florales, Animales extinguidos, El circo, Los grandes del deporte, Ídolos populares, Colores de campeones (distintivos de los clubes de fútbol de primera división), Bólidos de acero (automóviles de carrera), La conquista del espacio"— y provee rectángulos numerados vacíos que indican dónde debe colocarse cada figurita. La lista completa de los 500 premios sirvió de publicidad para los patrocinadores e incluía pelotas de fútbol, juguetes, bicicletas, radios, un televisor, la colección completa de la Biblioteca Billiken y un año de suscripción a la revista. Los concursantes tenían que enviar el cupón impreso en *Billiken* a Atlántida antes del 25 de marzo de 1965 y, en caso de ser seleccionados, debían presentar el álbum completo. El álbum de figuritas de *Anteojito* parece haber sido una respuesta precipitada al de su competidor. Las

primeras 10 figuritas aparecieron, sin publicidad previa, en el número 7 del 19 de noviembre, la misma semana en que *Billiken* publicó su álbum. Las categorías anunciadas eran las siguientes: Próceres, Científicos, Escritores, Músicos, Descubrimientos, Inventos, Artistas de radio, teatro y TV, Deportistas, Animales de la selva. El álbum en sí se anunciaba como de próxima aparición y a todo color, se supone para diferenciarlo del de *Billiken*, de aspecto sencillo y de celeste y blanco.

En los anuncios para el álbum se dejaban en claro los beneficios de coleccionar todas las figuritas que aparecieron en los 13 números: "*Billiken* les ofrece la oportunidad de actualizarse, ampliar conocimientos y obtener valiosísimos premios". Las selecciones incluyen las personalidades y los temas que los editores pensaban que sus lectores debían conocer para estar "al día". También representan una actualización de los catálogos de los Grandes Hombres (que incluían a veces a alguna mujer considerada lo suficientemente grande) que ya se encontraban tanto en *Billiken* como en la Biblioteca Billiken, para incorporar también figuras contemporáneas a las que imitar y admirar. La selección "Ídolos populares" celebraba a las estrellas de la televisión, el cine y la radio, reconociendo el "incremento incesante" de los medios de comunicación más allá del mundo del papel. Entre los ídolos se contaba con Alberto Olmedo, Brizuela Méndez y Cacho Fontana, mientras que Dick van Dyke, Charlie Chaplin y los Tres Chiflados representaban a la cohorte internacional. En la página destinada a "Los grandes del deporte", se explica que estos atletas se han elegido no sólo por su destreza, sino también por sus valores morales ya que se guían por el proverbio "Mens sana in corpore sano". El desequilibrio de género que se observa en otras partes de la revista se repite aquí. La cantante Violeta Rivas es la única mujer que aparece en la sección de "Ídolos populares" y sólo hay dos mujeres entre los grandes deportistas: las argentinas Susana

Peper (natación) y Norma Baylon (tenis). La única otra mujer que aparece en las figuritas se encuentra en la sección “La conquista del espacio”, donde a Valentina Tereshkova se le otorga la mitad de una figurita y aparece junto a su marido. En la ilustración de Tereshkova no hay nada que refleje su profesión de ingeniera y cosmonauta, ni su calidad de primera mujer en volar al espacio. Aquí aparece con un velo de novia (véase la figura 22).

El álbum de figuritas de 1964 fue un éxito rotundo y un millón de participantes entraban en el sorteo para los 500 premios entregados en un Festival Infantil en Luna Park donde las colas para entrar en el evento daban la vuelta a la manzana. Durante el resto de la década, se organizó anualmente un álbum de figuritas y un concurso que culminaba en un evento para la entrega de premios. Los álbumes coleccionables de figuritas perduraron en el tiempo, siendo un ejemplo notable el álbum de *Billiken* del Mundial de 1986 que celebraba el triunfo de Argentina y la grandeza de Maradona. Representaba una importante oportunidad comercial, sobre todo porque los álbumes de Panini aún no habían llegado a Argentina. Sin embargo, las figuritas que más vienen a la mente cuando se habla de *Billiken* no son aquellas que se coleccionaban en álbumes sino las que se recortaban y pegaban en el cuaderno. Estas figuritas educativas adaptadas a las materias escolares fueron aceptadas, a gran escala, por el cuerpo docente y de esa manera se convirtieron en un acompañante habitual, si no obligatorio, de la tarea escolar.

Es imposible determinar si fue idea de *Billiken* vincular las figuritas a las efemérides del calendario escolar para fomentar su uso en las escuelas o si se empezaron a usar para ilustrar trabajos escolares y la revista respondió al ofrecer figuritas tematizadas para su uso en el aula y en la tarea. Lo que sí se puede determinar es que *Billiken* tardó bastante en desarrollar sus propias figuritas educativas cuando consideramos que ya existían precedentes. En

1958 apareció un anuncio de las “figuritas escolares” de Editorial Norte que detallaba los argumentos a favor de su utilidad. El ilustrador de estas figuritas fue Raúl Stevano, a quien Atlántida encargaría poco después la ilustración de las nuevas ediciones de los cuentos de Constancio C. Vigil, y se agrupaban en motivos que incluían Símbolos nacionales, Próceres y Animales Domésticos. Este uso de las figuritas parece haber sido una idea relativamente nueva en 1958 ya que el anuncio expone, por separado, a las tres partes interesadas su razón de ser. A los “pibes” se les explica que “estas hermosas figuritas, a todo color resaltarán maravillosamente en vuestros cuadernos” y que se puede jugar con ellas y coleccionarlas. A la “señora madre”, se le dice que estas figuritas se diseñaron para los cuadernos escolares de sus hijos, “para que en los fríos días de invierno aprendan jugando”. Se destaca la comodidad del producto para el “señor librero” ya que todas las figuritas vienen empaquetadas por temas, por lo que pueden organizarse fácilmente para facilitar el proceso de venta. En conjunto, el anuncio destaca las ventajas lúdicas, educativas y comerciales de este producto que pretende atraer tanto a los “pibes” como a los adultos que mediaban entre ellos y los productos de consumo.[147]

Fue sólo a partir de 1963 que *Billiken* empezó a proveer figuritas vinculadas con el calendario escolar y para recortar y pegar en los cuadernos. Su uso consolidó aún más su identidad como herramienta educativa. A su vez, reforzaba su naturaleza cíclica al publicar el mismo tipo de figuritas cada año, sobre todo las que acompañaban a las efemérides patrias. Mientras se avanzaban las generaciones, este contenido quedó estático, lo que llevaba a la práctica de guardar viejos ejemplares como un repositorio desde el cual se podía buscar las figuritas no utilizadas anteriormente. Así lo recuerda el escritor Eduardo Sacheri:

> La leía [*Billiken*] y la usaba en la escuela. La típica: las habían usado antes mis hermanos: las revistas más nuevas las usábamos para leer y las viejas para recortar. Estaba la pila de revistas y vos ibas buscando: 25 de mayo, 9 de julio, la que necesitaras… pero era un rito frecuente. Seguro que en lo de mi vieja debe quedar algún cuaderno mío de la primaria con recortes de *Billiken*.[148]

Desde estos comienzos modestos, las figuritas para recortar y pegar llegaron a ser una de las asociaciones más perdurables de la revista y un factor determinante de su vigencia hasta que la búsqueda de imágenes en Internet superó la utilidad de las figuritas ya impresas.

La colaboración con las autoridades militares y educativas

El álbum de figuritas de 1964 marcó la pauta de una nueva etapa para *Billiken* centrada en la participación de sus lectores en concursos y eventos. Estos, a su vez, brindaron la oportunidad de estrechar lazos con las autoridades nacionales. En 1967, la participación se amplió a eventos deportivos organizados por *Billiken* que recordaban a los Campeonatos Evita de la década anterior. Se empezó con un torneo de fútbol, anunciado en la nueva página "Noticiero Billideportes", como el Campeonato Escolar de Fútbol. En 1967 se celebraron también torneos de natación y atletismo y, a finales del año, la página "Billideportes" se retituló como "Campeonatos Escolares Billiken" para reflejar la ampliación desde el ámbito deportivo para incorporar un concurso de composiciones. Los torneos de natación y atletismo, que continuaron a lo largo de la década, fueron acontecimientos de gran repercusión que generaron interés en la prensa local y patrocinio comercial a través de empresas que proporcionaban premios y bolsas de

regalos a los participantes. Los concursos generaban contenidos desde fotos de los equipos ganadores hasta instrucciones para futuras competiciones, y la posibilidad de que las y los lectores vieran su nombre o la foto de su equipo en la revista les incentivaba a comprarla. Los concursos fueron también el punto de conexión con las autoridades militares y educativas nacionales. Esta asociación, que comenzó en 1967, cuando se celebró el concurso de composiciones con motivo de la XXI Semana Aeronáutica y Espacial, llegó a su auge al año siguiente con la organización de actividades junto con, o patrocinados por, las tres ramas de las Fuerzas Armadas.

El primer concurso de 1968, de “Iniciación artística”, fue una iniciativa conjunta con la Armada Argentina. Había que colorear dibujos adaptados de la serie “Naves Argentinas en la Historia Nacional” del artista y marino Emilio Biggeri, publicados en *Billiken*. El taller del capitán Biggeri se ubicaba en el Comando de Operaciones Navales. Los 45 ganadores, que recibieron cada uno un juego de láminas con los retratos y biografías de próceres navales argentinos, asistieron a una ceremonia de entrega de premios en la fragata Presidente Sarmiento. Entre los jueces se encontraba el inspector técnico de arte del Consejo Nacional de Educación.[149] El siguiente concurso de los Campeonatos Escolares fue uno de composiciones en adhesión a la Semana del Ejército con la temática de la Batalla de Maipú en su 150º aniversario. Los premios para las escuelas participantes incluían un mapa, un atlas y una colección de libros de Editorial Atlántida y entre los premios individuales se encontraron pasajes aéreos. Como símbolo para promocionar el concurso, se eligió al Tambor de Tacuarí, como “niño héroe, ejemplo de nobleza y valentía”. La intención era vincular a las nuevas generaciones a la conmemoración de estos acontecimientos históricos: “Seguros estamos de contribuir, de este modo, a cimentar en los pequeños lectores de nuestra patria un sentimiento que no deberá faltar nunca en el

hombre del mañana: el orgullo de ser argentino". Junto a la jefa de redacción Elba Teresa Cosso, formaron parte del jurado representantes del Consejo Nacional de Educación y miembros de la comisión organizadora de la Semana del Ejército. El jurado seleccionó a los cinco ganadores finales en cada una de las dos categorías de edad después de que 400 maestros voluntarios hicieron una preselección de los miles de trabajos enviados por escuelas que habían realizado su propia preselección interna, con lo que la cantidad de participantes ascendió a una "cifra millonaria". Tan alta participación se debió a que tanto las autoridades educativas nacionales como provinciales habían incluido en su calendario de trabajo la realización de las composiciones. Los maestros hicieron la preselección en la sede del Comando en Jefe del Ejército donde fueron recibidos por el jefe de División Relaciones en la Comunidad.[150]

En la página opuesta al reportaje sobre el concurso de composiciones, aparece una foto de un vicecomodoro de la Fuerza Aérea en una reunión del comité organizador para el Festival Aéreo de *Billiken.* El motivo del festival fue la entrega de premios del álbum de figuritas más reciente: "Conquista del cielo / Historia de la aviación mundial".[151] El festival, celebrado el 4 de mayo de 1968, contó con un desfile aéreo, una exhibición de agilidad de perros militares y música de la banda de la 1º Brigada Aérea. Ese mismo año, el torneo de natación contó con el apoyo del Consejo Nacional de Educación, así como de la Secretaría de Cultura y Educación y el torneo de atletismo fue apoyado por el jefe de la División Educación Física del Estado Mayor General de Ejército. Se finalizó el año con el lanzamiento de un concurso de crucigramas con motivo de la XXII Semana Aeronáutica y Espacial y un stand en la exposición relacionada con esta semana e inaugurada por el presidente de facto Onganía cuya foto se publica en la revista.[152] En ningún otro momento de la historia, fuera en épocas de

dictadura o de democracia, mantuvo *Billiken* una asociación tan cercana con las autoridades máximas del país.

La participación del Consejo Nacional de Educación en la organización de los Campeonatos Escolares Billiken fue un sello de aprobación oficial. El inicio de una relación más formal con este organismo en vísperas del 50º aniversario de la revista se vio facilitado, sin duda, por su identificación con la educación. Es notable que el primer intento concertado de cultivar vínculos más formales con el Consejo Nacional de Educación se produjera bajo un régimen dictatorial represivo que estaba en conflicto con el cuerpo docente. Adriana Puiggrós caracteriza a la dictadura de la Revolución Argentina como "profundamente conservadora y con una impronta franquista". Se reprimieron las universidades y la actividad sindical y se clausuraron los experimentos pedagógicos democráticos del gobierno de Illia.[153]

Billiken apoyó las reformas educativas propuestas por Onganía y dedicó varias páginas a promover la enseñanza técnica y profesional. El contenido escolar se extendió y la sección "Actualidad docente", lanzada en mayo de 1967, pretendió consolidar sus credenciales como referente educativo. Aunque desde hacía tiempo se daba por supuesto que familias y docentes también leían *Billiken*, fue la primera iniciativa que se dirigía directamente a lectores adultos. Esta sección, que ofrecía "asesoramiento para todos los problemas del docente", se publicó hasta mediados de 1971. Era obra de las abogadas Marta de Buono de Baibiene y María Marta Garabato, quienes se mostraban conscientes de su doble tarea en esta sección: su vocación por la educación y su deseo de traducirla "periodísticamente" para sus lectores. Cada semana se reservaba un espacio para responder a las preguntas y preocupaciones específicas de docentes, junto a un contenido editorial variado que incluía información práctica sobre la profesión además de

artículos que cubrían temas pedagógicos y de la psicología infantil. “Actualidad docente” merece atención por ser el vínculo más directo de *Billiken* con la profesión y por la ventana que abre a los debates educativos de la época. Los capítulos dedicados a los padres —o, mejor dicho, a las madres— ofrecen una valiosa perspectiva de los debates en torno al papel de las familias en el desarrollo de los niños y, además, una manera para medir el progreso, o la falta de progreso, de la percepción del papel de las mujeres en la sociedad, 30 años después de que la muñeca Marilú se había comercializado por primera vez para las “madrecitas”.

Un artículo en “Actualidad docente” sobre las tareas domésticas comienza con la imagen de una familia típica según *Billiken*: madre, padre, hijo e hija. La madre está en la cocina haciendo la comida con la hija, mientras que el padre y el hijo están afuera lavando el auto. Las autoras insisten en la importancia de enseñar a niños y niñas a realizar las tareas domésticas para que sean autosuficientes e inculcarles el orgullo por el trabajo bien hecho. Al fin y al cabo, “siempre es conveniente y necesario que las niñas... ¿y por qué no los varones?... sepan coser un botón o hacerse un plato de comida”. Este momentáneo cuestionamiento del statu quo se ve socavado en el mismo artículo, que aclara que, mientras que puede ser que los varones se vean beneficiados por desarrollar capacidades domésticas, para las niñas es indispensable hacerlo. La madre que aparece en el artículo reconoce “que debe asignar responsabilidades a la niña dentro del hogar, y que desde ahora ella debe tener participación en la vida cotidiana, al mismo tiempo que va aprendiendo a realizar tareas de mujercita”. Una nota que relata una reunión de madres refuerza la idea de que las maestras están cualificadas para ofrecer consejos sobre la crianza. En esta reunión, una maestra interviene para “orientar” a una madre que ha expresado que quiere a cada uno de sus cinco hijos por igual y los trata a todos por igual. Es

imposible, dice la maestra, que los padres quieran a todos sus hijos de la misma manera, debido a las diferencias inherentes según el género: “Generalmente, a las mujercitas se las quiere por la ternura que inspiran; a los varones, por su agilidad, por su independencia, por sus travesuras”.[154]

En las páginas de “Actualidad docente” hay indicaciones de que la vida de las mujeres está cambiando. La cantidad creciente de mujeres que manejan autos, no sólo mujeres solteras, sino también madres, es “índice elocuente no sólo de la superación del sexo en las actividades cotidianas, sino también afirmación de que las mujeres de hoy no limitan su función de madre a las comidas y al vestuario de la ropa”. Según las autoras, como las conductoras estarán expuestas a la “ley de la selva” de las calles, tendrán que aprender a manejar bien, mantener la calma y no responder a los insultos. Mientras conducen deben recordar que siguen siendo un modelo para sus hijos, futuros conductores ellos mismos. La nota reconoce que conducir forma parte de las obligaciones de la maternidad moderna:

> La madre siempre ha significado aquello ponderable, en abnegación, ternura y espíritu de sacrificio. A través de los años, ella debió cocinar a la perfección, ser modelo y ejemplo. Este siglo le ha exigido a la mujer muchas cosas, tantas que para no perder esa imagen de madre hasta debe ser una buena conductora.

Las autoras urgen a los demás conductores a mostrar respeto a las mujeres que conducen, animándolos a recordar que:

> esa mujer es el legado de la buena señora, cuya sabiduría consistía en quedarse en casa y que ésta, la mamá de ahora, es la tierna mujer que

> conduce un coche y que no puede ni debe romper su imagen, porque la cacerola se ha convertido en un volante de cuatro velocidades.[155]

Por la gama amplia de temáticas que cubre la sección "Actualidad docente" más allá de lo relacionado con la docencia, emerge la noción de que el sistema escolar, como agente del Estado, tiene autoridad sobre la vida familiar. Una vez más, *Billiken* se sitúa como mediador entre la escuela, la familia y el Estado.

A partir de 1968, la medalla que se entregaba a los ganadores de las distintas ramas de los Campeonatos Escolares Billiken llevaba la imagen del niño futbolista de la primera tapa, reforzando la idea de longevidad y creando un vínculo visual entre la revista y las instituciones educativas oficiales y militares que copatrocinaban o coorganizaban los eventos. *Billiken* entró en su 50º año con un lugar consolidado en el corazón de la vida cultural del país, con reconocimiento nacional oficial y con amplia evidencia de que los niños y las niñas de la época participaban activamente en los eventos e interactuaban con los objetos impresos efímeros que se ofrecía, si no siempre también el contenido de la propia revista. Con motivo de las celebraciones en torno a sus "Bodas de Oro", *Billiken* hizo uso de su legado para resaltar su conexión con la cultura y la sociedad contemporáneas. El acto del aniversario, el Gran Festival Infantil, celebrado en Luna Park en noviembre de 1969, se centró en el entretenimiento. Encabezado por Carlos Balá, contó con músicos, payasos, obras de teatro y la entrega de premios a las escuelas ganadoras del torneo de atletismo "Bodas de Oro". El número especial del aniversario combinaba la nostalgia con la actualidad, una dualidad encapsulada en la tapa extensible que, cuatro meses después del alunizaje, llevaba ejemplares de la revista en un viaje por el espacio, con la leyenda "50 años consagrados a la niñez".

La nota editorial del 50º aniversario reproducía la del 40º al incluir las mismas dos citas. Se abría con una cita de Constancio C. Vigil publicada originalmente con motivo del 25º aniversario en el que afirmaba que *Billiken* se hacía más con el corazón que con las manos y se cerraba con la garantía de proveer contenidos moral y espiritualmente edificantes, un mensaje que originaba en la década de 1930. El texto incluía también, por primera vez en la revista, una reflexión sobre el contexto histórico del momento fundacional, esbozando las huellas ideológicas y comerciales que habían persistido a lo largo del tiempo:

> *Billiken* surgió como la expresión práctica de un propósito de pacificación espiritual que era preciso inculcar en la mente de los niños nacidos en la época de gravísima perturbación moral de la posguerra y para refirmar los derechos de la infancia a tener una publicación exclusiva y no sólo en un rincón en los periódicos.

El mensaje insistía por la continuada relevancia cultural de la revista: "*Billiken* se ha ido renovando constantemente para estar de acuerdo con las necesidades y gustos de los niños, a los que ha dado siempre lo más moderno y apropiado". Se explica que el contenido nostálgico de tapas e historietas antiguas está reproducido en el número del aniversario para mostrar los puntos clave en su trayectoria y para justificar la afirmación de haber sido, y de seguir siendo, "la revista de los niños". Sin embargo, esta nota editorial no se dirige a los niños. La dirección agradece a todos los adultos implicados: padres, maestros, trabajadores, obreros, colaboradores, anunciantes, agentes, distribuidores, vendedores y "todos cuantos se sintieron identificados con *Billiken*". Las páginas de cartas se dedican en su inmensa mayoría a publicar las contribuciones de adultos que escribían

sobre sus recuerdos de la revista. Estas cartas fueron filtradas por los editores, que tenían el poder de dar forma al discurso y seleccionar anécdotas y recuerdos que contribuyeran al sentido de continuidad generacional de los valores morales y principios espirituales sobre los que la publicación se fundó. Con 50 años de trayectoria, se había llegado al futuro previsto por Constancio C. Vigil y proyectado a través de las notas editoriales de los primeros aniversarios. En esta profecía autocumplida, los recuerdos de sus lectores se alineaban con el discurso institucional.

En medio de todas las estrategias empleadas tras la llegada al mercado de *Anteojito*, los responsables de *Billiken* se tomaron su tiempo para abordar los principales factores diferenciadores entre las dos revistas. Los personajes originales de *Anteojito* y su presencia en la televisión eran los dos ingredientes que la hacían mucho más atractiva para su público. Desde *Billiken* se jugó sólo brevemente, y atrasadamente, con la idea de desarrollar un personaje original que rivalizara con Anteojito con el lanzamiento de la historieta *Aventuras de Billikín*, de Carlos Garaycochea, en abril de 1968. El personaje Billikín protagonizó otras secciones, como “Los porqué de Billikín”, como espejo del uso que *Anteojito* hacía de su protagonista a lo largo de diferentes páginas. A finales del año, sin embargo, el cómic japonés *Ultraman* se anunciaba como la adquisición más importante y *Aventuras de Billikín* se dejó de publicar. A partir de 1971, cuando Atlántida adquirió el 14% de Canal 13, *Billiken* se utilizó para promocionar los programas infantiles *El Zapato Roto* y *El Clan de Mac Perro* del canal, en ambos casos a través de suplementos. En los créditos del suplemento de Mac Perro figuran el creador del personaje, Carlos Costantini, y Eugenio J. Zoppi como director editorial. Se especifica además que se trata de un producto independiente, sin aportaciones del personal de *Billiken*.

En paralelo, se volcó la atención a la propiedad intelectual de la editorial que incluía los personajes que Constancio C. Vigil había creado para sus cuentos en la década de 1920. A lo largo de los años, estos cuentos se habían reeditado con nuevas ilustraciones: del ilustrador original, el artista francés Asha, tomó el mando el español Federico Ribas, quien ilustró las obras de Vigil para la Biblioteca Infantil Atlántida en la década de 1940. Luego, en la década de 1960, la responsabilidad pasó a Raúl Stevano. Las tramas principales de los cuentos se modificaron a medida que se adaptaban a diferentes formatos, como historietas, producciones teatrales y programas de televisión, pero los personajes de Vigil conservaron su identidad visual con cada nuevo ilustrador y en cada nueva iteración. El Mono Relojero aparecía siempre con fez y La Hormiguita Viajera, una hormiga negra, vestía la pollera de lunares estereotipadamente asociada a las representaciones de mujeres afroargentinas en las conmemoraciones escolares de la Semana de Mayo. En 1969, se publicó un anuncio para la producción teatral de *La Hormiguita Viajera*, que entonces estaba en su sexto año, que mostraba a una actriz afrodescendiente, no nombrada, en el papel titular.

Cuando El Mono Relojero apareció por primera vez en una historieta, el anuncio reconocía que "ya era hora" que los lectores de *Billiken* tuvieran una historieta de los personajes de Vigil. Con ilustraciones firmadas por Fernández Branca (Oscar Fernández y Daniel Branca) y un guion de Kike Sabella Rosa, esta primera iteración dio paso a la versión más conocida escrita por Enrique Pinti. Pinti ya había colaborado anteriormente en la adaptación de los personajes de Vigil y escribió la versión teatral de *Misia Pepa* que se representó como parte de las celebraciones "Bodas de Oro". En una entrevista posterior, Pinti recordó el tiempo que tardó la dirección de Atlántida en decidirse a elegir a El Mono Relojero como el personaje que

promoviera la identificación con *Billiken*, incluso una vez que se había reconocido la necesidad de contar con tal personaje.[156] Por fin, en 1973, El Mono Relojero obtuvo su propio segmento televisivo de "buenas noches", 35 años después de haber sido animado por primera vez en un cortometraje de Quirino Cristiani. Cristiani fue un animador pionero, responsable del primer largometraje animado sonoro del mundo (*Peludópolis*, en 1931). Una vez más, al examinar la historia de *Billiken* se percibe la pérdida de oportunidades y una trayectoria de innovación truncada.

La proximidad a las autoridades educativas disminuyó tras las Bodas de Oro de 1969, coincidiendo aproximadamente con la caída de Onganía en junio de 1970. Los únicos acontecimientos políticos contemporáneos reconocidos en la revista en el período previo al golpe de 1976 fueron el asesinato del general Aramburu por los montoneros, en 1970, y la muerte de Perón.[157] Durante una situación política en rápida evolución caracterizada por agitación, violencia y crisis, *Billiken* se retiró de la actualidad. El Mono Relojero dio consistencia a la revista en este período. El personaje se trasplantó al ciclo escolar de *Billiken*, de la misma manera que el personaje de Anteojito se había integrado en su revista en las tapas de los números dedicados a las efemérides patrias. El Mono Relojero apareció, sonriente, en casi todas las tapas entre mayo de 1973 y marzo de 1976, con su guardapolvo blanco en marzo para el inicio del año escolar, vestido de granadero para el 20 de agosto y junto con un retrato de Sarmiento para el 11 de septiembre. El golpe del 24 de marzo de 1976 no fue registrado y el comienzo de la época más polémica de Atlántida y *Billiken* pasó desapercibido en las páginas de la revista.

123 Frank N. Magill, *Chronology of Twentieth-Century History: Business and Commerce* (Londres y Nueva York: Routledge, 1996), t. 2, pp. 964-65.

124 Sobre la televisión, véase Gustavo Bulla, “Televisión argentina en los 60: La consolidación de un negocio de largo alcance”, en *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, ed. por Guillermo Mastrini (Buenos Aires: La Crujía, 2005), pp. 113-34.

125 Nº 1816, 4/10/1954; Nº 1870, 24/10/1955.

126 Nº 2173, 4/9/1961.

127 Nº 2081, 30/11/1959.

128 Nathan L. Hammond, Allison W. Pearson y Daniel T. Holt, “The Quagmire of Legacy in Family Firms: Definition and Implications of Family and Family Firm Legacy Orientations”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40.6 (2016), 1209-31 (p. 1217).

129 Nº 2611, 26/1/1970.

130 Nº 2081, 30/11/1959.

131 Luis Ormaechea, “Una frontera que más que separar, une”, en *Imágenes compartidas: cine argentino, cine español* (Buenos Aires: CCEBA, 2011), pp. 355-69 (p. 360).

132 Nº 2308, 6/4/1964.

133 El Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) sólo tiene registros de *Anteojito* desde 1965, cuando vendió una media de 169.873 ejemplares por semana. En 1968, primer año para el que el IVC dispone de cifras de *Billiken*, la media de ejemplares vendidos por semana fue de 141.984. Ese mismo año, la cifra de *Anteojito* fue de 242.951. Agradezco a Nancy Campos por haber facilitado estas cifras.

134 Rea, “The Newsboy’s Good Deed”.

135 Carlos Ulanovsky, *Paren las rotativas: una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos* (Buenos Aires: Espasa, 1997).

136 Mariel Falabella, “Anteojitos y Billikines, contrato de lectura (1964-1983)”, *La Trama de la Comunicación*, 14 (2010), 203-20 (p. 215).

137 Tamara Accorinti, “Una infancia en mil películas, un modelo en mil países. *Mil intentos y un invento* (Manuel García Ferré, 1972)”, en *30-50-70: conformación, crisis y renovación del cine industrial argentino y latinoamericano*, ed. por Ricardo Manetti y Lucía Rodríguez Riva (Buenos Aires: EFFL, 2014), pp. 331-46 (pp. 334, 341).

138 Verónica M. Carman, “El diseño editorial y la infancia. Las revistas *Humi*, *Billiken* y *Anteojito*, 1982-1984” (tesis de maestría inédita, Universidad de Buenos Aires, 2019).

139 Nº 2388, 18/10/1965.

140 Rodrigo Fresán, “Por el camino de Anteojito”, *Página/12*, 13/1/2002.

141 *Figuritas*, Nº 105, 15/7/1938. Citado en Mónica Demarco, “Constitución del espacio literario en la escuela de la Argentina Moderna: El caso de la revista *Figuritas*”, en *La lectura en los manuales escolares*, Spregelburd y Linares, p. 144.

142 Carmen Ortiz García, “Papeles para el pueblo. Hojas sueltas y otros impresos de consumo masivo en la España de finales del siglo XIX”, en *Palabras para el pueblo: aproximación general a la Literatura de Cordel*, coord. por Luis Díaz G. Viana (Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2000), t. 1, pp. 145-90 (p. 182).

143 Antonio Martín, “Las aleluyas, primera lectura y primeras imágenes para niños (siglos XVIII–XIX)”, *CLIJ. Cuadernos de literatura infantil y juvenil*, 18.179 (2005), 44–53 (p. 49).

144 Jesús María Martínez González, “Efímeros pluscuam(im)perfectos. Literatura infantil y juvenil (LIJ) en los cromos españoles de la primera mitad del siglo XX”, en *LIJ efímera. La perfecta imperfección de los no libros*, ed. por Jesús María Martínez González y Ramon J. Freire Santa Cruz (Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2018), pp. 15-71 (p. 17).

145 Maurice Rickards, *The Encyclopedia of Ephemera: A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and Historian* (Londres: The British Library, 2000), pp. 97, 195.

146 John Broom, *A History of Cigarette and Trade Cards* (Barnsley: Pen and Sword History, 2018).

147 Nº 2004, 2/6/1958.

148 Euhen Matarozzo, “Eduardo Sacheri y su pasión por la historia argentina”, *Billiken.lat*, 8/8/2022.

149 Nº 2508, 5/2/1968, Nº 2516, 1/4/1968.

150 Nº 2511, 26/2/1968; Nº 2522, 13/5/1968.

151 Nº 2522, 13/5/1968.

152 Nº 2539, 9/9/1968; Nº 2544, 14/10/1968; Nº 2550, 25/11/1968.

153 Adriana Puiggrós, *Qué pasó en la educación argentina: breve historia desde la conquista hasta el presente* (Buenos Aires: Editorial Galerna, 2018), pp. 155-56.

154 Nº 2508, 5/2/1968; Nº 2523, 20/5/1968.

155 “Madres al volante”, Nº 2630, 8/6/1970.

156 Enrique Pinti, *Conversaciones con Juan Forn* (Buenos Aires: Emecé Editores, 1990), pp. 118-20.

157 Nº 2638, 3/8/1970; Nº 2845, 22/7/1974.

CAPÍTULO 4

Dictadura, censura y guerra en *Billiken* (1976-1983)

"Vos podés mostrar a los chicos de todo el mundo la verdad sobre nuestro país". En dos números, por lo demás poco llamativos, de 1978 aparece la instancia de apoyo más explícita de *Billiken* a la dictadura instaurada por el golpe militar del 24 de marzo de 1976. En el año en que Argentina fue anfitrión de la Copa del Mundo, *Billiken* pide a sus lectores que ayuden a las madres a enviar las tarjetas postales de *Para Ti*. Las tarjetas son una respuesta a la campaña dirigida desde el exilio y apoyada por organizaciones de derechos humanos y la prensa extranjera para dar a conocer a nivel internacional los abusos de los derechos humanos perpetrados por la dictadura.[158] La iniciativa "Argentina toda la verdad" de *Para Ti* es uno de los ejemplos más emblemáticos del intento de legitimación del régimen militar por parte de Editorial Atlántida. Atlántida fue cómplice de la dictadura, poniendo sus publicaciones, en particular *Para Ti*, *Gente* y *Somos*, y su acceso a un público masivo, a su servicio.[159] La incorporación de *Para Ti* por parte de *Billiken* refuerza el lugar del semanario infantil como parte de la "familia" de Atlántida y recalca el vínculo entre los públicos de estas dos revistas. A través de esta iniciativa, las madres y sus hijos son cooptados para contar al resto del mundo

“quiénes somos y cómo vivimos” para combatir una supuesta campaña de desinformación (véase la figura 25).

Esta página, publicada el 29 de agosto de 1978 y repetida la semana siguiente, es el único caso en que *Billiken* llama explícitamente a sus lectores a apoyar la dictadura cívico-militar. *Billiken* no era apolítica y, desde la época del primer gobierno peronista en adelante, no hubo ninguna sensación de que se considerara el contenido político fuera de lugar en esta publicación infantil. Como “futuros ciudadanos”, se veía a sus lectores como seres políticos que debían desempeñar su papel en el proyecto aún vigente de construcción de la nación. También para la dictadura militar, los niños eran el futuro, concebidos como los líderes del año 2000.[160] Teniendo en cuenta el apoyo prestado a la dictadura por otras revistas de Atlántida, se podría imaginar que *Billiken* contuviera una alta cantidad de propaganda militar explícita, con más ejemplos al estilo de la página de las tarjetas *Para Ti*. Sin embargo, hasta la cobertura de la Guerra de Malvinas en 1982, el contenido político de la revista sobre esta dictadura más reciente era sorprendentemente escaso, sobre todo si se considera el precedente de la presencia de la dictadura de Onganía, examinada en el capítulo anterior. En cambio, lo que *Billiken* proporcionó en los primeros años bajo la Junta fue una continuación de la visión conservadora del mundo que había promovido durante décadas y que estaba alineada con la visión del mundo promovida por el régimen militar. Este capítulo toma las tarjetas *Para Ti* como punto de partida para explorar el apoyo de Editorial Atlántida a la dictadura militar de 1976 a 1983 en el contexto de las diferentes respuestas de la prensa argentina al régimen. El vínculo entre *Para Ti* y *Billiken*, y entre las madres y sus hijos, brinda la oportunidad de analizar la visión del mundo promovida en la revista basada en el concepto de lo que constituía la familia, el ciudadano y el niño ideales. El contenido literario que publica en

este período muestra cómo respondió a la censura impuesta por el régimen. Al mismo tiempo, el contenido educativo sigue las reformas educativas para centrarse más en la soberanía nacional en el período previo a los eventos de 1982.

La prensa argentina y la dictadura

Los titulares de los diarios de la mañana después del golpe muestran el apoyo de la prensa a las acciones de los militares. Según Saborido y Borrelli, este apoyo inicial de la prensa surgió de la percepción compartida de que Argentina vivía una situación caótica que requería medidas drásticas y el restablecimiento del orden.[161] María Alejandra Vitale destaca que, tras el golpe, los diarios y las revistas trataron de exculpar a los militares, presentando el golpe como una consecuencia inevitable del gobierno de Isabel Perón y sin reconocer el papel desempeñado por las Fuerzas Armadas. El análisis de Vitale también muestra que la prensa evitó en general los términos “golpe” y “revolución” en favor de “reemplazo”, “interrupción”, “desmoronamiento”, “cambio” y “sustitución” y sitúa a *Gente* de Atlántida en el extremo de la mitigación léxica del golpe.[162] Una carta abierta al presidente de facto Videla publicada en *Gente* decía: “Comprendimos que no era una ‘revolución militar’ o un ‘golpe’ sino una convocatoria a un país nuevo”.[163] Incluso dentro de lo que Duhalde caracteriza como un “coro de épica exaltación” de la dictadura, identifica a *Gente* y *Para Ti* como la vanguardia de la prensa sensacionalista que competía por ver cuál era más servil al régimen.[164] Las tarjetas de *Para Ti* son sólo un ejemplo de la estrategia apologista de Atlántida frente a la dictadura y la línea editorial de esta revista debe considerarse en conjunto con las de *Gente*, *Somos* y *El Gráfico* en particular.

El corpus de propaganda militar de Atlántida es tan extenso que no se puede tener en cuenta aquí en su totalidad. El propio archivo de prensa de Atlántida ofrece una selección parcial de recortes de las revistas de la editorial. Entre ellos destacan las notas de opinión de *Somos* escritas por Aníbal C. Vigil, un nieto de Constancio C. Vigil, en las cuales manifestaba su apoyo a la Junta pero también sugería que no había llegado lo suficientemente lejos en el cumplimiento de sus objetivos. Desde *El Gráfico* se trabajó para acercar a Videla al pueblo en el momento del Mundial al publicar fotos de él en el vestuario de la selección. *Para Ti* lo humanizó aún más a través de fotos tomadas un domingo en la residencia presidencial que compartían derechos de autor con *Paris Match*. El copete de la nota dice: “Más allá del protocolo y las ceremonias oficiales, lejos de las obligaciones que le impone la conducción del país. Con su esposa, sus hijos y sus nietos. Toda la calidez que se esconde detrás de su responsabilidad de hombre público”.[165]

Los dos casos más famosos de complicidad de Atlántida con la dictadura son los de Alejandrina Barry y Thelma Jara de Cabezas. Los padres de Barry fueron asesinados en Uruguay en una operación dirigida por un grupo de tareas de la ESMA. *Gente*, *Para Ti* y *Somos* publicaron variaciones del mismo artículo con las mismas fotos de Alejandrina, de dos años, en las que se decía que sus padres terroristas la habían abandonado.[166] El segundo caso dio lugar a un largo proceso judicial, en el que el editor de *Para Ti*, Agustín Bottinelli, se convirtió, en 2014, en el primer periodista argentino procesado en el contexto de las investigaciones sobre violaciones de derechos humanos cometidas durante la dictadura. El procesamiento fue revocado al año siguiente. Aníbal C. Vigil, que tenía a su cargo *Para Ti* y *Gente* y era además el director ejecutivo de Editorial Atlántida en aquel momento, había fallecido en 1994. Bottinelli fue acusado de editar una

entrevista que se hizo a Thelma Jara de Cabezas en la cual fue presentada como madre arrepentida de un subversivo. En realidad, Jara de Cabezas, integrante de las Madres de Plaza de Mayo, estaba detenida en la ESMA. La llevaron a una peluquería para que su aspecto no delatara su detención ilegal antes de ponerla delante de un periodista y un fotógrafo de Atlántida en una confitería. La nota resultante formaba parte de una campaña para desacreditar las denuncias de las desapariciones forzadas.[167]

La cercanía de Atlántida con el régimen militar no daba una garantía de protección a quienes trabajaban para la editorial. Ninguna empresa de medios estaba fuera del alcance de la represión. Figuran 112 periodistas en los listados de la gente desaparecida durante el régimen. Entre los muchos periodistas exiliados se incluye Andrew Graham-Yooll, redactor del *Buenos Aires Herald*, el diario en idioma inglés que era el único periódico que publicaba noticias sobre los secuestros y las personas desaparecidas. Él se refugió en el Reino Unido, en mi ciudad natal de Sheffield. En 2014, una comisión de trabajadores de Atlántida descubrió una baldosa conmemorativa en homenaje a sus compañeros desaparecidos durante la dictadura. Se trataba de Ernesto Luis Fossati y Marcelo Ariel Gelman, periodistas de *Gente*; Enrique Walker, exsecretario de *Gente*; Mario Waldino Herrera, redactor de la revista *Argentina*; Heraldo Juan Marucco, trabajador de prensa; y Héctor Germán Oesterheld, escritor de *Gente* y *Billiken* más conocido por su historieta *El Eternauta*. La comisión de Atlántida publicó el siguiente comunicado:

> manifestamos nuestro más enérgico repudio a la complicidad que mantuvo esta empresa con la dictadura. Nos produce un profundo rechazo saber que, desde revistas como *Gente, Para Ti* y *Somos*, se armaron operaciones de prensa en connivencia con los genocidas.[168]

Atlántida ya no estaba en manos de la familia Vigil en el momento de este acto ya que se había vendido a Televisa en 2007.

La subversión, el “ser argentino” y el “estilo de vida argentino”

En la campaña de las tarjetas *Para Ti* se dejó muy claro el vínculo entre los “subversivos” y el ataque al “estilo de vida argentino”. La editora de *Para Ti*, Lucrecia Gordillo, escribió que los subversivos “buscan levantar las banderas de la violencia y llevarnos hacia el mundo comunista. Es que no estamos frente a un ataque a un país; estamos frente al ataque de un sistema, a un modo de vida, a un modo de ser y de pensar”.[169] La lucha contra la subversión fue priorizada en el primer discurso televisado de Videla, el 30 de marzo de 1976: “Combatiremos sin tregua a la delincuencia subversiva en cualquiera de sus manifestaciones hasta su total aniquilamiento”. El discurso relacionaba la subversión con los sentimientos antinacionales, pero no ofrecía ninguna definición de quién o qué podía considerarse subversivo. La motivación de las Fuerzas Armadas al tomar el poder era, según el dictador, no sólo restablecer el orden, sino reconducir a la nación a su verdadero rumbo a través de la restauración de los valores argentinos. Hizo un llamado a “recuperar la esencia del ser nacional”, un ser que, en una lógica circular, sólo se definía en términos de oposición a los “subversivos”.[170]

Como demuestra Vitale, el concepto de “ser argentino” o “ser nacional” utilizado para justificar el golpe de 1976 había entrado previamente en el discurso mediático para defender los golpes de 1943 y 1966.[171] En conversación con periodistas extranjeros en 1977, Videla evocó el concepto junto con el del “estilo de vida argentino”:

> La Argentina es un país occidental y cristiano... porque viene de su historia. Nació cristiana a través de la conducción española, heredó de España la cultura occidental y nunca renunció a esa condición sino que justamente la defendió. Es por defender esa condición de occidental y cristiana como estilo de vida que se planteó esta lucha contra quienes no aceptaron ese sistema de vida y quisieron imponer otro distinto.[172]

Durante la dictadura, la prensa amplificó el discurso en torno a la existencia de los “subversivos”. A la vez, la retórica en torno al “ser nacional” y la defensa de los valores tradicionales frente a las ideas subversivas eclipsó los abusos contra los derechos humanos. Mientras que los discursos militares no definían con precisión lo que era la forma de ser y de vivir de los argentinos, las revistas de Atlántida contribuyen a dar cuerpo al concepto. Todos los textos de las tarjetas *Para Ti* comienzan con la frase “La guerra en Argentina ha terminado”. Las imágenes retratan el regreso triunfal del “estilo de vida argentino”, representado por trabajadores en las fábricas, peatones paseando en la calle Florida y supermercados con las estanterías llenas. La infancia, como símbolo del futuro de la patria, ocupa un lugar destacado en estos mensajes de paz y prosperidad económica. *Para Ti* proporcionaba las direcciones de los destinatarios sugeridos, entre ellos el presidente de Estados Unidos, Amnistía Internacional, y la BBC. Las tarjetas, que se publicaron durante cuatro semanas, ocupaban el espacio normalmente reservado a las recetas de cocina, media página que podía recortarse de la revista para coleccionar y guardar. Una nota editorial decía: “Desde ya pedimos disculpas por privarlas durante cuatro números de las Fichas de Cocina, pero realmente estamos convencidas de que vale la pena”.

Entre las personalidades de los medios de comunicación que respaldaron la campaña se encuentra a Mirtha Legrand, quien recibió a Lucrecia Gordillo a almorzar en su emblemático programa. En conversación con Gordillo, Legrand señala el carácter emancipador de la campaña *Para Ti*: "Me parece espléndida la iniciativa. Es un signo de que el periodismo femenino está cambiando. *Para Ti* demuestra que la mujer está cada vez más integrada, más activa en los problemas de su país y en la búsqueda de soluciones".[173] Al cooptar las fichas de cocina para una llamada a la acción política, las tarjetas se enmarcaban como una forma apropiada y bienvenida para que las mujeres salieran de la esfera doméstica. La comparación, y el contraste, con la imagen más icónica de la participación política de las mujeres argentinas que salían de la esfera doméstica en aquella época es ineludible.

También podemos encontrar en *Billiken* representaciones del "estilo de vida argentino" y el "ser argentino". Durante décadas, la revista había persistido en su construcción de la imagen de la vida argentina en la que las familias eran de clase media, con un padre que salía a trabajar y una madre cuyas principales responsabilidades eran atender las necesidades de sus hijos, su marido y su hogar. Desde las primeras décadas hasta el período que nos ocupa y más allá, hay una coherencia en la representación de la familia ideal organizada según roles de género definidos, a menudo vinculada al impulso didáctico de alentar a los niños y a las niñas hacia un comportamiento modelo. Como hemos visto, estas escenas aparecen en páginas de alfabetización, en material escolar que describe la vida en el hogar y en anuncios. Por lo general, en la década de 1970 la vida familiar se retrata de una forma notablemente similar a la del material escolar "La vida en el hogar" de 1938 que consideramos en el primer capítulo. En "¿Quiénes viven en casa?" de 1975, el padre arregla cosas rotas y el hijo aprende

observándolo. La madre cocina, lava los platos, plancha la ropa y limpia la casa. La hija ayuda a su madre "y jugando, jugando va aprendiendo a ser una mamá", recordando la construcción de las niñas como futuras madres que se ve en *Marilú* y en las tapas de Lino Palacio de la década de 1940. Asimismo, una muestra de producción infantil en la que alumnos de una escuela de Buenos Aires enviaron imágenes y textos para completar la frase "Vivir en familia es como" (ejemplo de respuesta: un carrusel lleno de niños felices) tiene la siguiente introducción: "La familia es papá volviendo del trabajo, mamá que nos hace el postre más rico".[174] Estas representaciones de los roles dentro de una familia ideal comparten sus páginas con material dedicado al mundo del trabajo dividido en función del género. Mientras que los hombres ocupan un amplio abanico de profesiones, las mujeres sólo son enfermeras, maestras o modistas.

A finales de la década de 1970, estas representaciones empezaron a tener en cuenta la incorporación de las madres al mundo de trabajo. La pieza "Un día en la vida de mamá" se lee casi como una advertencia a quienes sostienen que el lugar de la mujer puede extenderse más allá del hogar. Un niño encuentra la lista de tareas de su madre: "hacer compras, lavar ropa, dejar comida hecha para la noche, barrer, ir al trabajo". Este es, entonces, el resultado de los avances en la participación de la mujer en la sociedad: las mujeres que trabajan fuera de casa tendrán ahora el doble del trabajo, ya que asumirán todavía la mayor parte de las tareas domésticas. La escena cierra con un refuerzo de los valores familiares. Además de siempre promover la heteronormatividad, estos valores también reafirman la noción de que las parejas sólo pueden constituir una familia si también tienen hijos:

> Cada uno a su trabajo. Papá a la oficina. Mamá en la casa y después a su trabajo. Los chicos van a la escuela. En los días de semana, el momento

> de la reunión familiar es la cena. No hay apuros. Hay ganas de contar lo que cada uno vivió en el día. Hay planes para el día siguiente. Hay mamá. Hay papá. Hay hijos. Hay familia.[175]

La promoción de la familia nuclear y los valores tradicionales no es exclusiva de *Billiken*, sino que reproduce y amplifica las ideas que se encuentran en los manuales escolares y libros de lectura de la época.[176] Las familias representadas en la revista y en estos libros son siempre de ascendencia europea blanca, lo que contribuye a la construcción de lo que Teresa Laura Artieda ha llamado un "nosotros blanco", en contraste con el "otro" indígena.[177] Cuando las comunidades indígenas aparecían en *Billiken*, generalmente se escribía sobre ellas en pasado, como si ya no existieran. En años posteriores, su representación en la revista, aunque inconsistente, empezó a reconocer la existencia contemporánea de las poblaciones indígenas, su diversidad y los retos a los que se enfrentan. Mientras tanto, la práctica de escribir sobre las poblaciones indígenas en tiempo pasado persistió en algunos materiales escolares distribuidos oficialmente al menos hasta 2020.[178] Tales representaciones habían formado parte de las corrientes conservadoras y autoritarias de la construcción de la nación de la década de 1930 que buscaban un retorno a las tradiciones hispánicas y católicas. Esto tuvo ecos en la dictadura de 1976-1983, con el énfasis en el retorno al "ser nacional". Para Artieda, la "desaparición simbólica" de las poblaciones indígenas en la conciencia nacional estaba vinculada a la idea de que ya no estaban presentes en la sociedad precisamente porque se las consideraba representativas de una cultura remota y primitiva que había sido trasplantada por otra superior.

En otro ejemplo de la participación de *Billiken* en los discursos que buscaban homogeneizar a la población, la existencia contemporánea de la

comunidad afroargentina fue constantemente negada. Esta población aparecía en la revista sólo en un sentido histórico y específicamente para ambientar relatos sobre la época independentista para los números centrados en la Semana de Mayo. Las representaciones de personas esclavizadas, pero siempre sonrientes en el desempeño de sus tareas, pasaron a formar parte del material que enseñaba sobre la sociedad colonial según las ocupaciones y la jerarquía social. En *Billiken*, estas representaciones se iniciaron en 1946, una vez establecido el patrón del calendario escolar, y estaban en línea con la integración de roles afroargentinos en las actas que formaban parte de las conmemoraciones escolares ritualizadas de la Revolución de Mayo. Con ello, la representación de la población afrodescendiente se alejó de las caricaturas tomadas de la cultura gráfica estadounidense que aparecían en las primeras tapas y se acercó a un estereotipo más contextualizado que vinculaba a la población afroargentina con el pasado. Las chicas jóvenes aparecen como criadas que acompañan a sus amas criollas a misa, las mujeres mayores lavan la ropa en el río o venden empanadas y los jóvenes varones son encendedores de lámparas.

A finales de la década de 1960 y principios de la de 1970, estas representaciones eran muchas veces obra de Norma B. de Adam, quien firmaba como Norma y fue una de las ilustradoras que tomaron el relevo de Lino Palacio. En contraste con las imágenes divertidas e irreverentes de Palacio, el estilo suave e ingenuo de Norma ayudaba a proyectar una idea de armonía histórica que eludía las divisiones de etnia, clase y poder. Como demuestra el anuncio de Rasti, reproducido en la figura 27, estas representaciones circularon ampliamente y más allá de la revista. Al publicar estas representaciones año tras año, *Billiken* contribuyó a su instalación en la conciencia nacional. La tapa de 1979 (figura 28) muestra la

práctica de pintar la cara con corcho quemado en las actas escolares. Aunque la actividad sigue vigente en algunas escuelas argentinas en el momento de escribir estas líneas, se está reevaluando como parte de un movimiento más amplio para reconocer la existencia sostenida y actual de poblaciones afrodescendientes en el país.[179]

Paula Guitelman, en su análisis de *Billiken* en 1976, 1977 y 1978, señala ejemplos concretos de cómo construyó y promovió una visión conservadora del mundo que estaba en consonancia con la dictadura. Junto a observaciones sobre representaciones de género y etnia, Guitelman identifica los contenidos sobre ciencia, tecnología y el “progreso” de la humanidad como acordes con el impulso tecnocrático del régimen militar.[180] Todo esto está, en efecto, presente en *Billiken* bajo la dictadura. Sin embargo, todos estos temas representan continuidades en el contenido de los años anteriores. Incluso los cambios que Guitelman identifica antes y después de marzo de 1976, con la descontinuación de algunos contenidos de entretenimiento, se producen por la transición de las vacaciones de verano al comienzo del año escolar, tal como pasaba cada año en esas fechas, y no por un “antes” y un “después” del golpe identificables. *Billiken* no cambió fundamentalmente en respuesta a la dictadura porque no tenía por qué hacerlo: era un símbolo de la Argentina que los militares intentaban restaurar. Quizá debido a su compatibilidad natural con la cultura y los valores promovidos por el régimen, se incluía menos propaganda pro militar y menos menciones directas al gobierno de facto de lo que cabría esperar de una revista que formaba parte de la Editorial Atlántida. Como *Billiken* y Atlántida compartían la visión del “estilo de vida argentino” promovida por la dictadura, no hubiera sido necesario que ésta interviniera en *Billiken* en la medida en que, imaginamos, tuvo que hacer el gobierno peronista para que publicara contenidos pro peronistas.

Guitelman acepta que es posible que el contenido durante estos años no haya diferido mucho de antes del inicio de la dictadura cívico-militar, pero argumenta que el contexto en el que se la leía es relevante. Ni el estudio de Guitelman ni el mío abarca un análisis de la recepción y queda por ver cómo se leía *Billiken* durante esos años y cómo el momento político influenciaba en esas lecturas. Lo que es cierto es que como investigadoras leemos el contenido bajo la dictadura de manera diferente. Por ejemplo, en una nota sobre el Día del Periodista, publicada en *Billiken* el 7 de junio de 1976, llama la atención una viñeta titulada "Un oficio peligroso". Ésta cita un estudio de la ONU sobre las 20 profesiones más peligrosas del mundo, en el que la de periodista ocupa el segundo lugar: "Esto se debe no sólo a que el periodista es un meterete que anda por todas partes sino también a que su profesión lo obliga a comer a deshoras, dormir mal, sufrir tensiones nerviosas, fumar mucho, beber demasiado café y vivir para su trabajo. ¿Qué te parece?". Por supuesto, podría tratarse simplemente de una observación sobre las malas dietas de los periodistas y podría haberse leído como tal en aquel momento. Sin embargo, leer esta nota como parte de un proyecto de investigación invita a considerar el posible subtexto cuando sabemos que en junio de 1976 ya estaba en marcha la desaparición de periodistas, entre ellos uno que había trabajado en Atlántida.

Censura, literatura y la "isla" de Billiken

La proximidad de Atlántida a la dictadura no significaba que *Billiken* y quienes trabajaban en ella no se vieran afectados por el contexto político ni que su contenido no fuera afectado por la censura. La literatura infantil era un área de interés para los censores porque era el material al que estaban expuestos los futuros ciudadanos. El folleto "Subversión en el ámbito

educativo: conozcamos a nuestro enemigo", publicado por el Ministerio de Educación en 1977, advierte de una "notoria ofensiva marxista" en el ámbito de la literatura infantil.[181] Aunque el panfleto no da ejemplos concretos de esta literatura "subversiva", se supone que se refiere a las nuevas tendencias de la literatura infantil que surgieron en la década de 1960. En ese momento, se dio un vuelco a las ideas preconcebidas sobre lo que constituía la "buena" literatura infantil, desvinculándola de los impulsos didácticos. La hoy consagrada María Elena Walsh, cuyos cuentos, canciones y poemas están llenos de imaginación, diversión, juegos de palabras y *nonsense*, no se veía limitada por la necesidad de transmitir un mensaje moral. En una entrevista que Walsh concedió en 2000, opinó que en la década de 1960 se consideraba "revolucionario" producir libros para el público infantil cuyo propósito era el de entretener y que no estuvieran vinculados al programa escolar. Según Graciela Montes, la formación de Walsh en música y poesía, más que en educación, la distinguía de otras figuras literarias de la época. Montes, también una figura destacada en el mundo de la literatura infantil, identifica a Laura Devetach y Elsa Bornemann como importantes autoras cuya obra, desde mediados de la década de 1960, estaba en sintonía con las corrientes de compromiso social y protesta.[182]

En los textos citados, tanto Walsh como Montes se refieren a los cuentos de Constancio C. Vigil como un ejemplo de la literatura anticuada, moralista y didáctica contra la que se había rebelado en la década de 1960. Walsh recuerda: "A mí me gustaron algunos cuentos de él [Vigil] pero creo que los rechacé después muy rápidamente por la parte didáctica y moralista. Era un autor muy popular, muy en circulación". Montes califica los libros de Vigil así: "De un estilo algo lacrimógeno... que a los niños de la década del 40 no parecían disgustarles". En el empuje de Atlántida para promover

las historias de Vigil en la década de 1960 y principios de la de 1970, como parte de la estrategia en respuesta a *Anteojito, Billiken* remaba contracorriente. Curiosamente, hubo un cambio de rumbo en la época del golpe de Estado y se abandonó El Mono Relojero como abanderado de la revista justo en el momento en que las pintorescas historias de los personajes de Vigil hubieran encontrado un lugar favorable bajo un régimen reaccionario que prefería una literatura infantil didáctica y moralizante. En cambio, a partir de marzo de 1976, *Billiken* se abrió más a los productos de la cultura infantil y popular, sin vincularlos necesariamente a los productos de Atlántida. En sus páginas se promocionaban cada vez más los programas de televisión, junto con notas sobre personajes populares como Guillermo Vilas. Fue también en el clima represivo de la dictadura cuando *Billiken* llegó por fin a la "revolución" de la literatura infantil argentina que había comenzado una década antes.

En un número de agosto de 1976, en una sección de crítica cultural con recomendaciones de libros, programas de televisión, discos, películas y obras de teatro, resaltan dos libros: *Un elefante ocupa mucho espacio* (1975) de Elsa Bornemann y *La torre de cubos* (1964) de Laura Devetach. Ambos libros serían prohibidos por la dictadura cívico-militar, en 1979 y 1977 respectivamente, convirtiéndose en los dos casos más emblemáticos de censura de la literatura infantil. Aunque ninguno de los dos libros había sido prohibido en el momento en que aparecieron en *Billiken*, su inclusión en una de las publicaciones de Atlántida muestra un desajuste ideológico o una falta de previsión sobre el tipo de literatura que se consideraba aceptable promover, lo que pone de manifiesto el carácter arbitrario de la censura. Bornemann había sido colaboradora de la revista a principios de la década de 1970 y en el momento de la publicación de *Un elefante* ya era una autora celebrada. Un decreto de 1977, firmado por el propio Videla,

prohibió este libro sobre la base de que exhibía “una finalidad de adoctrinamiento que resulta preparatoria a la tarea de captación ideológica del accionar subversivo”. El decreto cita los objetivos de la Junta Militar para justificar la decisión, señalando el restablecimiento de los valores de la moral cristiana, de la tradición nacional y de la dignidad del “ser nacional”.[183]

Tras la inclusión de *La torre de cubos* de Devetach en la sección “Súper cartelera” de agosto de 1976, se utilizó un extracto como material de repaso para el área curricular de Lengua en el momento de acercarse al final del curso escolar y se recomendó el libro al año siguiente para el Día del Libro.[184] El primer cuento de Devetach para *Billiken* se publicó en noviembre de 1976 firmado por su nombre de casada, Laura D. de Roldán. A partir de entonces, los cuentos de Devetach aparecieron regularmente hasta 1982 y su nombre, con su propio apellido, apareció en los créditos primero como “colaboradora” y después como “cronista” hasta mayo de 1983. La prohibición inicial del uso de *La torre de cubos* en los ámbitos educativos fue dispuesta por el Ministerio de Educación de la provincia de Santa Fe en mayo de 1979 y luego se extendió a otras provincias. El decreto de Santa Fe afirmaba que el análisis del libro había encontrado “graves falencias tales como simbología confusa, cuestionamientos ideológico-sociales, objetivos no adecuados al hecho estético, ilimitada fantasía, carencia de estímulos espirituales y trascendentes”. El decreto aclara que la decisión de prohibir el libro se tomó teniendo en cuenta las responsabilidades del Ministerio de Educación y Cultura, citando el deber de dicho ministerio de:

> velar por la protección y formación de una clara conciencia del niño; Que ello implica prevenir sobre el uso, como medio de formación, de

> cualquier instrumento que atente contra el fin y objetivos de la Educación Argentina, como asimismo velar por los bienes de transmisión de la Cultura Nacional.[185]

En una entrevista radiofónica de 2014, Devetach explicó que, tras la prohibición de su libro, las editoriales rechazaron su trabajo. A la pregunta de cómo pudo continuar su carrera como escritora, respondió: “Entré a trabajar como freelance en *Billiken*. Si bien la editorial Atlántida era afín a la dictadura, la revista era como una isla. Había un equipo de gente muy bueno. Yo llevaba la página de lengua”.[186] En una entrevista posterior le preguntaron si había algún tipo de censura en la publicación de relatos en *Billiken*. Devetach respondió: “No, porque *Billiken* era una especie de isla en la editorial. Era un equipo hermoso el de la revista. Mucha gente linda. No nos jorobaban para nada”. La metáfora de la isla, que recuerda el uso que hace Manuel Puig de ésta en *El beso de la mujer araña* como espacio utópico resguardado de la opresión, se utiliza aquí para distinguir *Billiken* de la Editorial Atlántida. En esta segunda entrevista, Devetach ofreció más datos sobre la libertad que *Billiken* tenía dentro de la editorial, recordando la conversación que tuvo con Aníbal C. Vigil tras la publicación del decreto nacional que prohibió *La torre de cubos*.

> Me dijo que yo era comunista y que eso no podía ser. Contesté que él sabía cómo eran esas cosas, que lo único que yo hacía era escribir cuentos, tenía un libro que había sido premiado en Cuba. Quizá por ahí venía el problema. Me retrucó que le habían dicho que yo tenía un cuento en el que me ponía en contra de los empresarios. Que es “La planta de Bartolo”. Entonces le pregunté si lo había leído. Como me dijo que no, le pedí que lo buscara, porque era un libro muy popular que

> tendría que estar en la biblioteca o en el archivo de la editorial... Me paré para irme, y dije con muy pocas pulgas: “Señor Vigil, como usted ve, no como chicos, no como empresarios, no tengo armas. *Billiken* anda bien ahora porque Ud. tiene un excelente equipo”. Se rio un poco, sorprendido. Me dijo que por esa vez pasaba, pero que no volviera a aparecer como comunista en ninguna parte. Así quedó aquella historia.[187]

La mención de haber ganado un premio en Cuba se refiere al segundo libro de Devetach, *Monigote en la arena*, una colección de cuentos ganador del Premio Casa de las Américas en 1975. La asociación con Cuba marcó a Devetach y los otros libros que ganaron ese año luego fueron prohibidos en Argentina. Como *Monigote* no se había publicado en Argentina, no podía prohibirse, así que los censores se enfocaron en *La torre de cubos*.[188] Como su posición en *Billiken* no se vio afectada por la polémica, Devetach mantuvo su libertad editorial, hasta el punto de que empezó a publicar los cuentos de *Monigote en la arena* en la revista sin alertar a nadie de que venían avalados por Cuba.[189]

No fue sólo la amenaza de la censura oficialista lo que disuadió a quienes trabajaban en *Billiken* de publicar material contrario al espíritu de la época. El tratamiento que dio al Día del Maestro en septiembre de 1976 fue ampliamente criticado por el cuerpo docente. La primera pieza que causó ofensa, “¿Tu maestro es así?”, se burlaba de los estereotipos encontrados en la profesión, desde el maestro demasiado estricto hasta el maestro suplente demasiado relajado. Incluía una dosis de estereotipos de género también: las maestras eran demasiado charlatanas, distraídas o apresuradas. La segunda nota era el desenfadado “Identikit de la maestra” que suponía ofrecer una alternativa moderna a las representaciones de la joven y atractiva señorita,

la “madre en la escuela” que *Billiken* había mostrado en las ilustraciones para este día durante décadas. En esta imagen, la ternura maternal típica de la señorita se sustituye por una disposición práctica. Esta maestra está preparada para todo en una imagen que transmite orden y caos a partes iguales (véase la figura 29).

Al mes siguiente, se presentaron disculpas en una carta abierta de doble página dirigida “a los maestros argentinos”. En la carta se afirma que *Billiken* lleva 57 años con el propósito de “trabajar junto a ustedes en la ardua y difícil tarea de formar a nuestros niños”. La carta hace referencia a las numerosas quejas recibidas del cuerpo docente a raíz de las notas polémicas y reconoce que hubo una “dosis excesiva en lo que creíamos humor natural sin tener en cuenta las derivaciones que la publicación de dichas notas llevaba como carga, no sólo para los maestros sino también para los chicos”. La excusa ofrecida recuerda la metáfora de la isla que emplea Devetach:

> A veces se suelen cometer errores de este tipo cuando, ubicados en nuestra sala de redacción y tratando de llegar a nuestros lectores con ternura y buen humor, nos olvidamos [*sic*] que fuera de nuestro ámbito existe un mundo sacrificado y difícil —sobre todo hoy—, al que hay que defender y apoyar.

El párrafo final reafirma el compromiso de *Billiken* con el cuerpo docente en un lenguaje mucho más acorde con lo que cabría esperar de una publicación tan establecida: “Nos comprometemos con ustedes, maestros de nuestra Patria, a no repetir este tipo de juego peligroso y esforzarnos, por el contrario, para apoyar y defender la tarea y la imagen del docente argentino”.[190] Es probable que la dirección de Atlántida también estuviera

detrás de esta disculpa ya que el número del Día del Maestro había sufrido la desaprobación del Ministerio de Educación. Una nota de *La Opinión*, publicada el 23 de septiembre de 1976, da cuenta de un comunicado enviado por el ministerio en el que se criticaba a *Billiken* por haber publicado:

> una imagen irreverente del maestro argentino, a través de dibujos que son o que tienden a ser una muestra de las carencias, con la intención evidente de inducir a pensar que no existe nada bueno, mostrando por el contrario una crítica mordaz y destructiva.

La nota de *La Opinión* defiende a *Billiken*, negándose a reconocer la caracterización que el ministerio hace de las páginas referidas y describiéndolas, en cambio, como una combinación de "la admiración, el afecto... con una amable y leve cuota de humor". La redacción aprendió la lección y el Día del Maestro de 1977 volvió a ser la tradicional celebración de la profesión. En la tapa, una joven maestra abraza a un niño que le ha llevado flores (véase la figura 31). En el interior, en una historieta titulada "Del aula, con cariño", ilustrada, como la tapa, por Carolina Parola y con texto de Beatriz Ferro, la maestra llora de emoción mientras sus alumnos le dan sus buenos deseos en su día especial. El número también vuelve al terreno seguro ofrecido por el fundador al publicar la "Plegaria al maestro", de Constancio C. Vigil.

Como hemos visto, a veces, desde la "isla" de *Billiken* se emitían contenidos que no estaban en línea con el régimen. Esta revista no se empleó como portavoz de la dictadura. Más bien bordeó el tema, vinculándose a él a través de la asociación y el diálogo con *Para Ti* y *Gente*. Además, en las páginas de *Billiken* se restó importancia a las asociaciones

de Atlántida con la dictadura. Invernizzi y Gociol citan un boletín publicado por la Superintendencia Nacional de Enseñanza Privada en noviembre de 1980 en el que se invitaba a participar en los festejos del 60º aniversario de *Billiken*. El evento, realizado en el estadio de River, se organizaba por Atlántida con la colaboración del Comando en Jefe del Ejército para celebrar el fin de la campaña educativa "El niño, la escuela y el ejército" y también el cuarto centenario de la fundación de la Ciudad de Buenos Aires. Sin embargo, cuando este evento se anunció en la revista, se presentó simplemente como una fiesta para celebrar su aniversario sin mencionar la conexión ni con este contexto más amplio ni con el ejército.[191] Una década antes, un acontecimiento así hubiera proporcionado varias páginas de contenido en forma de fotos de la jornada. Por el contrario, en las semanas posteriores al evento de 1980 no se menciona. Las instancias más explícitas del apoyo que *Billiken* prestó al régimen militar se encuentran en el contenido publicado sobre la Guerra de las Malvinas. También, en el período previo al conflicto, se incluían contenidos que reflejaban y amplificaban la retórica del régimen en torno a la soberanía nacional. Sin embargo, como veremos, la línea editorial no siempre se mantiene y nos queda una instancia más de resistencia desde la "isla" de *Billiken*.

Patria, soberanía nacional y la Guerra de las Malvinas

En 1976, *Billiken* fomentó activamente el compromiso patriótico a través del concurso de composiciones "La Argentina que yo conozco", patrocinado conjuntamente por la Caja Nacional de Ahorros y Seguros. El ganador de la categoría de menor edad, Jorge Sirugo, alumno de primer grado de una escuela privada de la provincia de Buenos Aires, escribió: "La Argentina que yo conozco es la palabra patria que ya se [*sic*] escribir". El

ganador en la categoría final, Pedro Verón, del Chaco, también escribió sobre su lugar del país:

> Es apenas un rinconcito del Chaco y el camino que me lleva a la Escuela 205 a pie todos los días pasando por la larga picada de casi 2 km que se me oscurece cuando en el invierno salimos a las 5.15 y tengo que atravesarla muy de tardecita.
>
> Del resto sólo tengo noticias por lo que me cuenta el maestro en la escuela y por los libros que leo en los grados. Pero igual estoy contento, porque soy argentino y pueblo una región muy apartada en donde todavía no ocurren cosas como en las zonas de mucho progreso, donde las personas son muy inteligentes.[192]

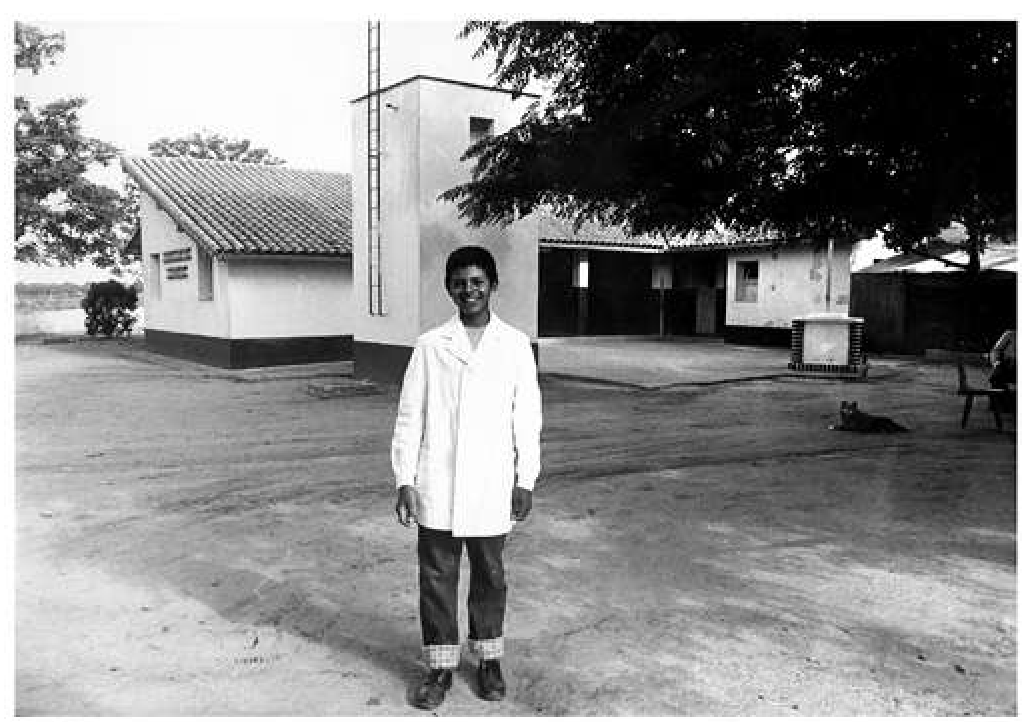




Figura 36: Fotografías de Pedro Verón de los archivos de Atlántida.
© Editorial Atlántida. Reproducidas con autorización.

Si bien se sentía la presencia de lectores en *Billiken* a través de sus cartas o producciones artísticas, no era común que un niño de ascendencia

indígena y no europea recibiera tanto protagonismo. En una entrevista a Pedro publicada al mes siguiente, se enteró de que era el mejor alumno de su escuela y que quería terminar sus estudios para luego trabajar en Resistencia y no en la chacra de la familia. La introducción de la entrevista es paternalista, presentando a Pedro y a su familia de siete hermanos como un ejemplo a seguir, enfatizando las penurias sufridas, como tener que caminar dos kilómetros para ir a la escuela y el progreso que se puede lograr a partir del trabajo. Aquí, la unidad familiar y la diligencia se cooptan como valores patrióticos que idealmente deberían extenderse a todos los rincones de la nación, incluso a las regiones más pobres y remotas, como ejemplifica Pedro Verón.[193]

Las obras ganadoras del concurso "La Argentina que conozco" se reeditaron posteriormente en una publicación de 1979 que se vendió por separado para conmemorar el 60º aniversario y en la que aparecen junto a una visión bastante diferente de la patria ofrecida por Ernesto Sabato.[194] Para esta publicación, se pidió a personalidades culturales destacadas que aportaran sus recuerdos de infancia sobre *Billiken*. El pintor Antonio Berni contó anécdotas sobre el intercambio de figuritas y recordaba cómo su foto apareció en *Billiken* cuando tenía 15 años. En cambio, la respuesta de Sabato ofreció una profundidad y una melancolía discordantes con la nostalgia autocomplaciente de este suplemento y de todas las publicaciones conmemorativas anteriores que siempre había servido para cimentar el legado de la revista. Sabato comienza su ensayo con una reflexión sobre cómo llegó a comprender la historia de Argentina a través de las representaciones visuales ofrecidas por *Billiken* y sus objetos impresos efímeros:

> Arrastrado por estas fragmentarias memorias, me veo copiando en el pizarrón, con tizas de colores, una lámina de *Billiken*, aquella en que Belgrano hace jurar la bandera en el cruce del río Salado... No sé si porque el dibujo y los colores fueron mi primera forma de sentir (¿de imaginar?) la realidad, recuerdo aquel pizarrón y aquel día. Acaso también por eso mismo siempre he pensado a la patria a través de aquellos candorosos cuadros, con sus paraguas del 25 de mayo... con sus granaderos azul y grana peleando en San Lorenzo.

Aquí, los próceres en su iteración de figuritas, como parte de la historia nacional narrada y visualizada por *Billiken*, representan los valores por los que son conocidos. Son "de atributos para siempre estampados junto a las líneas punteadas de la Expedición al Alto Perú: la 'impetuosidad' de Moreno, la 'calma y prudencia' de Cornelio Saavedra". En la época en que se publicó el ensayo de Sabato, estas imágenes y su aporte a la construcción nacional no eran sólo reliquias de la infancia del autor, sino que todavía circulaban en *Billiken*. Los retratos de Sarmiento, Belgrano y San Martín todavía adornaban sus respectivas tapas en ilustraciones de artistas contemporáneos como Roberto Regalado y que no distaban de las tapas dibujadas por Manteola en la década de 1940. Los suplementos didácticos correspondientes brindaban recursos complementarios a los textos escolares oficiales que promovían a los próceres como arquetipos nacionales, en otro ejemplo de cómo los patrones establecidos del contenido de *Billiken* encajaban en la visión del mundo promovida por la dictadura cívico-militar.

En la continuación de su ensayo, Sabato deconstruye sus propias reflexiones nostálgicas y, al hacerlo, se pronuncia en contra del discurso imperante. Reflexiona sobre el hecho de que, a medida que nos hacemos mayores, nos damos cuenta de que el mundo es imperfecto y de que la vida

es más compleja que la dicotomía entre héroes y villanos, justicia e injusticia, y verdad y mentira. Esta dicotomía es obra de los sueños de los niños y, añade Sabato, a veces de los hombres:

> porque la áspera realidad está hecha de una horrible mezcla de justicia e injusticia, de verdad y mentira. Sí, ya habíamos aprendido que ni San Martín era el más grande general de la historia, ni Maipú una gigantesca batalla... ya resignadamente comprendíamos que todo era más feo que la leyenda de nuestra infancia.

Sabato procede a exponer la realidad detrás de las imágenes de los próceres, tan eficazmente propagadas por *Billiken*, para mostrar las penurias y fragilidades que hacen que sus logros sean aún más valiosos. Pinta una imagen del general Belgrano alternativa a la que dibujó en la pizarra de la escuela, aquí no con un uniforme resplandeciente haciendo jurar la bandera, sino derrotado en la batalla de Vilcapugio y retirándose en la nieve con un ejército hambriento. En la descripción del viaje final de Belgrano, en un modesto cajón hasta la iglesia de Santo Domingo, Sabato introduce otra figura independentista, pero olvidada hace tiempo y que volvería al imaginario público sólo décadas después de la publicación de este ensayo. Imagina a La Capitana, una anciana empobrecida, contemplando el humilde cortejo fúnebre de Belgrano sin darse cuenta de que era el del general al que servía. No se nombra a La Capitana en el ensayo, pero se trata de una referencia a la soldada afrodescendiente María Remedios del Valle.

> No sabía, nunca lo sabría, que sobre aquel cajón venía la bandera que ella también había jurado al cruzar aquel río que en ocasiones entreveía en sus brumas de vieja derrotada; tampoco sabría que ese cajón llevaba

> el cuerpo deforme de su general, muerto murmurando algo que todos los argentinos alguna vez murmuramos, aunque sea en el silencio de nuestras conciencias: ¡Ay, patria mía!

Esta intervención extraordinariamente disruptiva de Sabato desafía tanto la visión absolutista del mundo propagada por los militares, como la versión de la historia argentina que *Billiken* compartía con la dictadura. Introduce nociones de descontento, lamento y conciencias perturbadas, lo que sugiere además que la pieza puede leerse como un ejemplo de la técnica literaria del desplazamiento empleado para hablar de la dictadura en el contexto de la represión y la censura. Sabato hace esto al mismo tiempo que desmonta todo el aparato visual que *Billiken* había construido durante los 60 años anteriores y lo hace, encima, en la propia publicación conmemorativa del aniversario. El ensayo de Sabato es más extraordinario aún visto en el contexto del discurso predominante en torno a la soberanía que la revista establece en esta época.

A partir de 1976, las ideas alrededor de la soberanía nacional se reforzaron en todo el currículo escolar. El tema del territorio nacional y sus fronteras se extendió de los manuales de Geografía a los de la materia Civismo, promoviendo las nociones de unidad nacional y justificando la acción militar. Fue recién en la década de 1940 cuando *Billiken* había comenzado a mencionar a las Islas Malvinas con cierta regularidad, reflejando la aparición de las Islas en los textos escolares luego de la reforma de 1941. Esto coincidió con la estrategia de las Fuerzas Armadas de extender el territorio argentino en el Atlántico Sur y en la Antártida a través de ocupaciones militares, declaraciones de soberanía y el trazado de nuevos mapas. A lo largo de las décadas, se incrementó la frecuencia del material relacionado con el reclamo argentino sobre las Islas, tanto en notas

como en afiches como uno de octubre de 1976 titulado “Islas Malvinas. Tierra argentina en medio del mar”. La revista también cartografió el territorio argentino de diferentes maneras, prestando mayor atención a las distintas provincias, como el mapa literario, que mostraba, región por región, “nuestro” país a través de sus “grandes escritores”. Este material está dirigido a un público infantil que se imagina viviendo en Buenos Aires o en otras grandes ciudades y al que hay que enseñar el resto del país y recordarle que todo, desde la Pampa hasta los hielos patagónicos, es “nuestro”. En 1980, un anuncio del mapa de Argentina que se incluía con el número de la semana siguiente decía: “¡Chicos! ¿Escalamos nuestras montañas y navegamos nuestros ríos?”.[195] En este discurso, la noción de “nuestras Islas Malvinas” encajaba a la perfección.

El afán de *Billiken* por abarcar toda la nación y presentarla a sus lectores, fomentando el sentido de pertenencia más allá de la propia ciudad o provincia, estaba en consonancia con las iniciativas del régimen militar a llevar a los futuros ciudadanos por todo el país para que conocieran la extensión de su territorio. Una de las pocas ocasiones en que Videla es mencionado por su nombre en *Billiken* es para una de esas iniciativas, en una nota sobre un concurso de 1977: “El comandante en jefe del Ejército, teniente general D. Jorge Rafael Videla, dispuso otorgar a los egresados de las escuelas primarias un premio a aquellos alumnos que se hayan distinguido por su aplicación, compañerismo y conducta ejemplar”.[196] La nota explica que doscientos niños ganarían el premio Leopoldo Lugones que consistía en un viaje de un mes por todo el país, para visitar ejemplos del avance industrial y tecnológico del país (el Complejo Nuclear Atucha, el túnel subfluvial de Hernandarias) y otros destinos que abarcaban expresiones más tradicionales del patriotismo (el Monumento a la Bandera de Rosario). En enero de 1980, *Billiken* entrevistó a algunos de los 5000

alumnos de escuelas de Buenos Aires que habían participado en el operativo cívico-militar "Argentinos. Marchemos hacia las fronteras", organizado por el Ministerio de Educación y Cultura junto con la Gendarmería Nacional. Los alumnos viajaron a los límites del territorio para visitar comunidades de pueblos fronterizos con el objetivo de "apadrinar una escuela y estrechar vínculos de amistad con los chicos". Los estudiantes repiten los estereotipos vistos en la entrevista con Pedro Verón. Quedan sorprendidos por la "pureza" y la generosidad de la gente que conocieron, a pesar de la extrema pobreza en la que vive. Concluyen que estas comunidades son un ejemplo para la nación. La nota termina con un extracto del diario de viaje de uno de los estudiantes: "Pero esta historia no termina aquí, solamente es el prólogo de algo que se está gestando en todo el país... Ese algo, quizás sea algún sentimiento nacionalista, no sé. Quizás sea que nos estamos sintiendo un poco más argentinos".[197]

En 1978, el Día de la Soberanía Nacional brindó la oportunidad para un artículo sobre la importancia de asegurar el territorio nacional hasta las fronteras. La nota recuerda a sus lectores que las poblaciones fronterizas se identifican como argentinas y que el territorio incluye también el Canal de Beagle, las Islas Malvinas y la Antártida Argentina. El cierre de la nota prepara el terreno para la campaña militar de recuperación de las Islas: "El gobierno y el pueblo argentinos ya saben que la soberanía no sólo debe proclamarse sino también ejercerse".[198] Este discurso en torno a la soberanía nacional respondía también a acontecimientos políticos contemporáneos, como el arbitraje del Canal de Beagle. En marzo de 1978, *Billiken* publicó una foto de Videla con el dictador chileno Pinochet. El pie de foto, que no los nombra, dice: "Las autoridades argentinas y chilenas en una de sus últimas entrevistas. Ambas buscan una solución pacífica". En un presagio de la retórica que más tarde se emplearía en la Guerra de las

Malvinas, la nota explica la posición de Argentina tras rechazar el fallo que establecía que las tres islas en disputa pertenecían a Chile:

> La soberanía argentina debe ser defendida firmemente y todos los habitantes de esta tierra tenemos la obligación de estar enterados de que allá en el Sur hay un territorio que, a pesar de los numerosos dichos y entredichos, nos pertenece tanto política como históricamente.[199]

En 1982, el recién instalado jefe de la Junta, Leopoldo Galtieri, pudo utilizar la recuperación de las Islas como causa para unir a la nación porque el vínculo entre Malvinas y la soberanía nacional se había ido formando en el imaginario nacional en las décadas anteriores. El 2 de abril de 1982, las fuerzas argentinas realizaron un desembarco anfibio en Puerto Argentino y dominaron a la pequeña guarnición británica. El gobernador de las Malvinas se rindió y fue enviado a Montevideo de camino al Reino Unido. Al día siguiente, la primera ministra británica Margaret Thatcher anunció el envío de una fuerza de intervención y los primeros buques zarparon de Portsmouth el 5 de abril. El 10 de abril, miles de personas de todas las tendencias políticas se reunieron en la Plaza de Mayo para escuchar el discurso de Galtieri desde la Casa Rosada, que incluía la famosa frase "si quieren venir, que vengan, les presentaremos batalla". El 12 de abril, el Reino Unido estableció una Zona de Exclusión Marítima de 200 millas alrededor de las Islas, a la que llegaron la mayoría de los barcos británicos el 2 de mayo.

La Guerra de las Malvinas se destaca en *Billiken* por ser un acontecimiento contemporáneo que recibe tanta cobertura. Es difícil clasificar todo el contenido de Malvinas como propaganda a favor de la dictadura. Hubo un amplio consenso en que la recuperación de las Islas en

nombre de la soberanía nacional era una causa justa, una acción legítima, aunque la emprendiera un régimen ilegítimo. Como dijo Sabato, hablando por la radio en España: “Opositores a la dictadura militar, como yo, estamos luchando... por extirpar el último resto de colonialismo. No se engañen en Europa. No es una dictadura la que lucha por Malvinas, es la Nación entera”.[200] No fue hasta el 20 de abril que *Billiken* publicó un anuncio que el próximo número tendría contenido sobre Malvinas. Éste se presentó a través del prisma escolar, vinculando las Malvinas con la consigna “Todo lo que te piden en la escuela” (véase la figura 32). En junio de 1982, volvió a enfocarse en el tema al publicar una serie de cuatro números “extraordinarios” con suplementos coleccionables denominados “Las Malvinas son argentinas”. Es curioso que se haya tardado tanto en publicar estos números ya que la redacción disponía de material preexistente tanto sobre la historia de las Malvinas como sobre los aspectos geográficos de las Islas que se hubiera podido reeditar rápidamente. Además, *Billiken* habrá tenido acceso a las fotos de la rendición británica del 2 de abril publicadas por *Gente* el 8 de abril, siendo los periodistas de ese medio los únicos en presenciar ese acontecimiento.

El anuncio de los números especiales sobre Malvinas dice: “Saber más sobre la historia... para comprender mejor el presente que estás viviendo”. Para ello, se proporcionó un paquete completo de contenidos que incluía material escolar sobre la contextualización histórica y geográfica del conflicto empaquetado de forma atractiva con ilustraciones, además de letras de canciones y poemas. Las figuritas escolares (en ese momento llamadas “fichas de ilustraciones”) eran de temática Malvinas. Luis Vernet, el primer comandante militar y político de Malvinas, se sumó a los padres de la patria que tuvieron el honor de contar con un póster desplegable en

una ilustración de Roberto Regalado que recordaba el estilo de Raúl Manteola de la década de 1940.

En su análisis de *Billiken* durante el conflicto, Desiderato observa la “malvinización” de los diferentes contenidos típicos de la revista y los ve como recursos culturales empleados para la “movilización” de los niños como parte del esfuerzo bélico.[201] Cada uno de los números con temática sobre la guerra ofrecía un resumen visual de las etapas clave del conflicto, desglosadas en diferentes episodios y presentadas en forma de historieta dibujada por Regalado, que dialogaba con el reportaje de guerra de la prensa ilustrada del siglo XIX. Por supuesto, a diferencia de los lectores de *El Mosquito* en 1865, que tenían que esperar hasta el día de la publicación para obtener su única fuente de información sobre los sucesos en la Guerra del Paraguay, los lectores de Regalado tenían acceso también a informes de radio y televisión.[202] Sin embargo, hubo un desfase temporal similar entre el momento de transcurrir los acontecimientos y el momento de verlos reproducidos en *Billiken*. El reportaje de guerra del siglo XIX y las historietas de Regalado también tienen otras características en común, tal como las define Michèle Martin: el reportaje visual de la guerra como entretenimiento y espectáculo, el uso de imágenes para transmitir información a lectores analfabetos (o, en este caso, a un público infantil que aprendía a leer) y el empleo de representaciones visuales y símbolos para la difusión y circulación de contenidos que se relacionaban con nociones de la identidad nacional.[203]

Los lectores de las historietas de Malvinas de Regalado estaban ya familiarizados no sólo con el medio de la historieta, sino también con el estilo de este ilustrador, oriundo de las Islas Canarias, que empezó a trabajar para Atlántida en 1962. Fue director artístico de *Para Ti* e ilustró tapas y páginas interiores de otras revistas de la editorial. Para *Billiken*, Regalado

colaboró con diferentes guionistas, creando historietas con H.G. Oesterheld, Gustavo Roldán y Jorge Claudio Morhain. Sus historietas de Malvinas dan prioridad a las imágenes sobre el texto y tienen pocos globos de diálogo. Presentan una disposición variable, a veces con paneles de diferentes tamaños y a veces con texto subtitulado sobre una imagen mucho más grande. Son visualmente impactantes por el uso de colores primarios y el foco en las explosiones y la potencia de fuego del armamento de alta tecnología.

La primera historieta de Regalado sobre Malvinas, *Operativo "Azul"*, mezcla descripciones informativas de los desembarcos anfibios con un lenguaje emotivo que exalta la valentía de los combatientes argentinos: "Mientras un nutrido tiroteo en la residencia del Gobernador Hunt puso a prueba el valor argentino. Era imperante desalojar el foco de resistencia". Las imágenes de los combates se superponen con onomatopeyas, un recurso visual asociado a los cómics, y las ilustraciones incluyen una representación de la foto exclusiva de *Gente* que muestra la rendición de las tropas británicas, creando así un vínculo con el aparato mediático más amplio de Atlántida. La historieta termina con ilustraciones de las cuatro bajas argentinas alrededor de la bandera nacional desplegada y sobre un fondo de la costa. La sección de la página lleva como título "¡Misión cumplida!" y concluye con estas palabras: "Mientras se izaba nuevamente la bandera argentina en la tierra reconquistada... el país estallaba en miles de banderas unidas en un solo grito: ¡VIVA LA ARGENTINA!".[204] La siguiente entrega de Regalado, *La batalla de las Islas Malvinas,* consiste en dos dobles páginas sobre el 1° de mayo, primer día de la guerra. En ellas se despliega un resumen de la acción hora a hora. La historieta también relata una anécdota de un despacho de TELAM que había sido ampliamente difundido. Una llamada telefónica del almirante Woodward exigía la

rendición argentina, a lo que el gobernador de Malvinas, Mario Benjamín Menéndez, respondió: “¡Eso de ninguna manera! ¡Si estamos ganando! Traigan al principito y vengan a buscarnos”, en referencia al príncipe Andrés, que era piloto de helicóptero del portaaviones HMS Invincible. Menéndez es una de las figuras cuya presencia en las historietas de Regalado llama hoy la atención por la información que ahora tenemos y que no se tenía en el momento de publicar las entregas. Menéndez fue posteriormente investigado por crímenes de lesa humanidad. Otras figuras militares nombradas en las historietas incluyen al coronel Mohamed Seineldín, quien llegó a liderar levantamientos fallidos contra los presidentes Alfonsín en 1988 y Menem en 1990, y Carlos Büsser, comandante de la Fuerza de Desembarco, quien murió bajo arresto domiciliario en 2012 mientras esperaba su juicio por abusos contra los derechos humanos.

Las tres últimas historietas de Regalado representan fechas importantes del conflicto en dobles páginas. Proveen detalles informativos sobre los acontecimientos presentados junto a exclamaciones como “¡Vamos argentinos!” y “¡Viva la patria!”. La imagen del hundimiento del HMS Sheffield el 4 de mayo termina con un grito de guerra colocado sobre un fondo de la bandera argentina y junto a Margaret Thatcher, de quien se dice que se sintió “perturbada” al recibir la noticia (véase la figura 33). Se trata de una ilustración de la primera ministra británica, no de una caricatura, y en otros momentos de las historietas se celebra el triunfo argentino sin demonizar al enemigo. La inclusión de una cita del periodista británico John Witherow, que vio la explosión desde el HMS Invincible, humaniza al adversario: “Fue una visión pavorosa, impresionante y trágica que se grabó a fuego en la memoria de todos los que fuimos testigos”.

La página de contenidos del próximo número anuncia que la historieta de Regalado recogerá el hundimiento del ARA General Belgrano fuera de la zona de exclusión el 2 de mayo: “Para que sepas lo que sucedió relatamos en forma de historieta este hecho que fue calificado en todo el mundo como un acto de traición que avergonzó al pueblo inglés”. *El General Belgrano hundido a traición* relata que, tras el impacto, la tripulación cantó el himno nacional en cubierta antes de abandonar el barco. Los supervivientes esperaron hasta 40 horas para ser rescatados de las balsas salvavidas y la historieta termina con su bienvenida de héroes en la base aeronaval. Una cita del capitán Galassi lamenta que hayan dejado a sus muertos en el mar y se cierra con un resumen de las bajas y las palabras “¡Viva la patria!” repetidas tres veces en globos de diálogo diseñados para reproducir la bandera argentina.

Como hemos comentado, *Billiken* empezó a presentar el conflicto de manera algo tardía y prometió tres suplementos especiales sobre Malvinas. Publicó el último de ellos el 22 de junio, dos semanas después de la rendición argentina. En lugar de reconocer directamente el final de la guerra, la revista se refugió, otra vez más, en el legado del fundador al publicar “Plegaria por la paz” de Constancio C. Vigil impresa sobre un fondo fotográfico del mar. La última entrega de Regalado vuelve al éxito argentino del 1° de mayo, centrándose en los aviones Pucará conocidos como “Los invisibles” y siguiendo la misión desde el punto de vista del teniente Daniel Jukic. La gloria de la victoria de aquel día se ve atenuada por una ilustración de Jukic y la afirmación de que figuraba en la lista de combatientes perdidos en acción. El mensaje final no es “¡Vamos Argentina!” sino “¡Fuerza Argentina!”. La tapa del número es insensible y de mal gusto. El regalo de la semana toma prioridad, tanto en tamaño como en posición, sobre una foto de una de las Islas. Los textos “Las Malvinas

son argentinas" y "Último suplemento" tienen la misma presencia que la descripción del regalo, una goma de borrar extensible. En la ilustración de Alberto De Piero, la goma envuelve al personaje de la historieta *Dany y Pompón*. Esta tapa es emblemática de la postura adoptada por *Billiken* tras la guerra que no ofrece a sus lectores ninguna explicación sobre el desenlace del conflicto.

En los números sobre Malvinas, la guerra, en toda su gloria y tragedia, se presentaba como una empresa totalmente masculina, salvo por la mención de Margaret Thatcher. En todo el contenido sobre Malvinas, ni siquiera hay referencias a los roles tradicionalmente atribuidos a las mujeres en la guerra, como las esposas que apoyan a sus hombres desde la casa y las madres afligidas que se enorgullecen del sacrificio patriótico de sus hijos. Mientras que todos los combatientes de ambos bandos eran hombres, las únicas tres víctimas civiles, debidas a fuego amigo, fueron mujeres. Las funciones no combatientes que las mujeres argentinas desempeñaron en la guerra como apoyo médico y técnico están ausentes y de hecho sólo se han reconocido en los últimos años. Las historietas de Regalado están en la línea de otros contenidos de *Billiken*: se dirigían principalmente a los varones o el lector imaginado "masculino por defecto". Equilibran eficazmente la gloria de la guerra con el honor del martirio, reafirmando el orgullo nacionalista y preparando al mismo tiempo a los lectores varones para posibles sacrificios futuros.

Tras la guerra, *Billiken* continuó mostrando su apoyo al servicio militar obligatorio. En una página de contenido para Ciencias Sociales, se exponen las razones históricas del servicio militar, se resumen las disposiciones actuales y se subraya su vigencia:

> Las actuales circunstancias de emergencia nacional señalan en qué medida es importante, fundamental, el buen cumplimiento de esas tareas militares. Ellas capacitan al joven para que, llegado el momento, como ahora, de empuñar las armas en defensa de la soberanía nacional, lo haga con eficacia y convencimiento patriótico.

Sólo se alude a la reciente guerra y no se mencionan a los caídos ni a los veteranos, ni tampoco a la alta proporción entre las bajas que ocupaban los jóvenes reclutas en servicio militar obligatorio. En su lugar, el texto menciona el "hermoso ejemplo de nuestros soldados".[205] La derrota militar de una dictadura ya sumida en una crisis económica precipitó la transición a la democracia. En las páginas de *Billiken* no se encuentra ningún comentario sobre el fin del régimen y la revista pasa de manera fluida del contenido pro Malvinas de 1982 a un mayor énfasis en la educación cívica a finales del año.

158 Véase Marina Franco, "La 'Campaña Antiargentina': La prensa, el discurso militar y la construcción de consenso", en *Derecha, fascismo y antifascismo en Europa y Argentina*, ed. por Judith Casali de Babot y María Victoria Grillo (Tucumán: Universidad de Tucumán, 2002), pp. 195-225.

159 Para contextualizar la lectura masiva, un anuncio publicado en 1974 en *Billiken* para atraer a posibles anunciantes afirmaba que Atlántida vendía más de un millón de ejemplares semanales en *Para Ti*, *Gente*, *Billiken* y *El Gráfico* (Nº 2856, 7/10/1974).

160 María Florencia Osuna, "'El hombre del año 2000'. Actores, discursos y políticas hacia la infancia durante la dictadura (1976-1980)", *Sociohistórica*, 40, 2017, e030.

161 Jorge Saborido y Marcelo Borrelli, "Introducción", en *Voces y silencios: La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)* (Buenos Aires: Eudeba, 2012), pp. 4-15 (p. 5). Para los titulares véase Eduardo Blaustein y Martín Zubieta, *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 1998).

162 María Alejandra Vitale, “Memoria y acontecimiento. La prensa escrita argentina ante el golpe militar de 1976”, en *Los estudios del discurso: nuevos aportes desde la investigación en la Argentina*, coord. por Patricia Vallejos Llobet (Bahía Blanca: EdiUNS, 2007), pp. 165-84 (p. 169).

163 Publicado en *Gente*, 8/4/1976 y citado en Vitale, pp. 173-74.

164 Eduardo Luis Duhalde, *El estado terrorista argentino: quince años después, una mirada crítica* (Buenos Aires: Eudeba, 1999), pp. 97, 119.

165 *El Gráfico*, Nº 3063, 20/6/1978; “Jorge Rafael Videla en familia: el hombre, el esposo, el padre, el abuelo, el presidente”, *Para Ti*, Nº 2953, 12/2/1979.

166 “Los hijos del terror” (*Somos*, 30/12/1977); “Alejandra [*sic*] está sola” (*Gente*, 5/1/1978); “A ellos nada les importaba Alejandra [*sic*]” (*Para Ti*, 16/1/1978).

167 Ignacio de los Reyes, “La increíble ‘entrevista falsa’ que quiso cambiar la historia de Argentina”, *BBC Mundo*, 23/12/2014.

168 Tomás Eliaschev, “Nunca más un periodismo servil a los represores”, *Marcha*, 25/3/2018; “Proyecto Desaparecidos: Periodistas detenidos-desaparecidos en Argentina”, *Desaparecidos.org*.

169 “Por qué hicimos las tarjetas”, *Para Ti*, Nº 2930, 4/9/1978.

170 *Cadena nacional: primera comunicación de Jorge Rafael Videla tras el golpe de Estado*, Archivo histórico RTA, 1976.

171 Vitale, p. 179.

172 Citado en *Gente*, Nº 648, 22/12/1977.

173 *Para Ti*, Nº 2929, 28/8/1978.

174 Nº 2879, 17/3/1975; Nº 3086, 6/3/1979.

175 Nº 3087, 13/3/1979.

176 Véase Graciela M. Carbone, “Manuales de educación primaria: entre la clausura y la búsqueda de intersticios”, en *Dictadura y educación. Los textos escolares en la historia argentina reciente*, t.3, dir. por Carolina Kaufmann (Salamanca: FahrenHouse, 2018), pp. 33-81 (pp. 60-61).

177 Teresa Laura Artieda, “Lecturas escolares sobre los indígenas en dictadura y democracia (1976-2000)”, en *Dictadura y educación*, dir. por Kaufmann, pp. 83-120 (p. 128).

178 Por ejemplo, la nota de María Espósito “Ser aborigen hoy” muestra un cambio en la representación de los pueblos indígenas (*Billiken* Nº 4058, 17/10/1997). Sobre materiales escolares véase el informe técnico del proyecto Infancias diversas y desigualdades educativas en Argentina a partir de la pandemia. “Infancias, diversidades y pueblos indígenas. Análisis de las plataformas digitales y materiales pedagógicos elaborados en Argentina en 2020 para la continuidad educativa escolar durante la pandemia de COVID-19” (Universidad de Sheffield y Red DDHH del CONICET, 2021) <doi.org>.

179 En 2023, *Billiken* entrevistó a la maestra afroargentina Marcela Lorenzo Pérez sobre la práctica de pintarse la cara con corcho quemado. Ignacio Risso, “Pintar la cara con corcho ¿es una costumbre correcta?”, *Billiken.lat*, 22/5/2023.

180 Paula Guitelman, *La infancia en dictadura: modernidad y conservadurismo en el mundo de Billiken* (Buenos Aires: Prometeo, 2006).

181 Ministerio de Cultura y Educación, "Subversión en el ámbito educativo (Conozcamos a nuestro enemigo)" (Buenos Aires, 1977), p. 49. Véase también Pineau, quien sostiene que este folleto fue retirado por las autoridades porque se pensó que había sido contraproducente al dar demasiada información sobre cómo organizar grupos subversivos y muy poca sobre cómo combatir la subversión. Pablo Pineau, *El principio del fin: políticas y memorias de la educación en la última dictadura militar (1976-1983)* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 2006), pp. 68-69.

182 Alicia Origgi, "Entrevisa con María Elena Walsh: 'Fue revolucionario pensar que la poesía no debía tener contenido didáctico'", *Imaginaria*, 19 (2000). Graciela Montes, "La literatura infantil argentina", en *Literatura infantil: creación, censura y resistencia*, de Ana María Machado y Graciela Montes (Buenos Aires: Sudamericana, 2003), pp. 63-71 (p. 67).

183 "Decreto 3155/1977" (Boletín Oficial 19/10/1977). Véase también Montes, p. 67 y Pedro César Cerrillo Torremocha y María Victoria Sotomayor Saéz, *Censuras y LIJ en el siglo XX (en España y 7 países latinoamericanos)* (Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2016), p. 299.

184 Nº 2966, 15/11/1976; Nº 2996, 13/6/1977.

185 Citado en Laura Devetach, *Oficio de palabrera: literatura para chicos y vida cotidiana* (Buenos Aires: Colihue, 1991), p. 43.

186 "Laura Devetach, un símbolo de la literatura infantil argentina", *ArInfo*, 2014.

187 "Laura Devetach: 'Yo tengo la suerte de que me publiquen poesía. Pero no es así con la mayoría de la gente'", Programa Bibliotecas para armar, 5/6/2015.

188 Laura Devetach, "Actualidad de la censura: *Monigote en la arena*", *Educación y biblioteca*, 20.166 (2008), 35-36.

189 Véase "Laura Devetach, un símbolo de la literatura infantil argentina". El cuento titular de la colección se publicó en *Billiken* en el Nº 3076, 26/12/1978.

190 Nº 2962, 18/10/1976.

191 Boletín de la SNEP Nº155, noviembre-diciembre de 1980. Citado en Hernán Invernizzi y Judith Gociol, *Un golpe a los libros: represión a la cultura durante la última dictadura militar 2.*ª ed. (Buenos Aires: Eudeba, 2007), p. 115; *Billiken*, Nº 3176, 25/11/1980).

192 Nº 2970, 13/12/1976.

193 Nº 2975, 17/1/1977.

194 *1919-1979. Reviva los 60 años de Billiken* (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1979).

195 Nº 2962, 18/10/1976; Nº 2965, 8/11/1976; Nº 3140, 18/3/1980.

196 Nº 2994, 30/5/1977.

197 Nº 3131, 15/1/1980.

198 Nº 3070, 14/11/1978.

199 Nº 3036, 21/3/1978.

200 Entrevista concedida a Radio Nacional de España el 26 de mayo de 1982 y publicada en *La Nación* el 6 de junio. Sobre la guerra como una causa justa véase Rosana Guber, *¿Por qué Malvinas?: de la causa nacional a la guerra absurda* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001).

201 Agustín Daniel Desiderato, “La movilización de los niños durante la Guerra de Malvinas. Un análisis a través de la revista Billiken y el suplemento Croniquita”, en *La cuestión Malvinas en la Argentina del siglo XX: una historia social y cultural*, ed. por María Inés Tato y Luis Esteban Dalla Fontana (Buenos Aires: Prohistoria Ediciones, 2020), pp. 79-97 (pp. 80-89).

202 Sobre *El Mosquito* ver Sandra Szir, “Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica de Buenos Aires (1850-1910)”, *Caiana*, 3 (2013), 1-16.

203 Michèle Martin, *Images at War: Illustrated Periodicals and Constructed Nations* (Toronto: University of Toronto Press, 2006), p. 8.

204 Nº 3250, 27/4/1982. Las otras cuatro historietas de Malvinas se publicaron entre Nº 3255, 1/6/1982 y Nº 3258, 22/6/1982.

205 Nº 3260, 6/7/1982.

CAPÍTULO 5

El largo declive de *Billiken* (1983-2019)

Este capítulo examina las últimas décadas de *Billiken* como revista impresa en el contexto de un panorama político cambiante, la creciente polarización de la sociedad y los cambios en la política educativa. En la década de 1990, los descendientes de Constancio C. Vigil convirtieron a Atlántida en un gigante de los medios de comunicación por poco tiempo antes de venderla a Televisa en 2007. En esta época, los contenidos de *Billiken* reflejan la convergencia entre la política y los intereses corporativos. A su vez, los productos derivados de la revista, y no la revista en sí, llegan a ser el foco de la actividad y la innovación. La justificación para abarcar un período tan extenso en un solo capítulo radica en el contenido, que comenzó a carecer de la riqueza de los años anteriores y no se presta a un análisis tan detallado. A lo largo de este período, *Billiken* se convirtió en una marca en la que la revista era sólo uno más de todos sus elementos y que llegó a abarcar una proliferación cada vez mayor de suplementos, colecciones y productos derivados, lo que recuerda la etimología de *magazine* como almacén. *Billiken* era más de lo que había sido y, al mismo tiempo, menos de lo que había sido, ya que tanto la marca como la revista se vaciaron progresivamente de las narrativas, los valores y los contenidos que la habían anclado anteriormente.

De Alfonsín a Menem: neoliberalismo, globalización y educación

Durante la transición a la democracia, si bien algunas reflexiones contemporáneas sobre la realidad política argentina estaban presentes en *Billiken*, había que buscarlas activamente entre las notas, historietas y anuncios dedicados a *Los Pitufos*, *La Pantera Rosa*, *Sarah Kay* y la película *Annie*. El primer acercamiento a la transición se produjo dentro de los contenidos escolares en septiembre de 1982, en un momento en el que el presidente de facto Reynaldo Bignone aún intentaba aplazar la convocatoria de elecciones. Una nota titulada "El Congreso: Senadores y Diputados" y catalogada bajo Ciencias Sociales afirma que la democracia es el gobierno del pueblo "a través de representantes, elegidos libremente por medio del sufragio o voto universal y secreto de los ciudadanos". Dos números más tarde, el contenido de Ciencias Sociales se dedica al voto: "un derecho que es un deber". El texto explica que se han convocado elecciones tras siete años de gobierno militar: "Como hace casi diez años que no se vota en la Argentina, es bueno que recordemos qué es votar". A partir de septiembre de 1983, a lo largo de cinco números, la revista publicó una serie sobre la historia de los partidos políticos para que sus lectores aprendieran más sobre las próximas elecciones. El copete decía:

> Todos los días escucharás hablar en tu casa o por la tele de elecciones. ¡Qué lío! ¿No? Para aclarar tus dudas, desde esta semana te vamos a contar cuáles son los partidos que se presentarán a las elecciones del 30 de octubre y qué piensa cada uno.[206]

Billiken no ofreció ningún análisis poselectoral y no publicó ninguna nota sobre el nuevo presidente del Partido Radical. La realidad política del retorno a la democracia no se discutió, ni se ofreció en ese momento ninguna reflexión sobre la dictadura. El informe CONADEP no se mencionó ni el Juicio a las Juntas. Tampoco hubo mención de las iniciativas educativas de la época, el Congreso Pedagógico de 1984 y la campaña de alfabetización. La principal huella de la presidencia de Raúl Alfonsín en la revista está en el precio de tapa que entre junio de 1985 y diciembre de 1991 apareció en australes, la moneda introducida como un intento de frenar la inflación y estabilizar la economía.

En 1989, *Billiken* ofreció una mejor preparación a sus lectores para las elecciones presidenciales que la que había brindado en 1983. Bajo el título "Educación democrática", se publicaba en entregas semanales material centrado en cada uno de los candidatos presidenciales. Este material apareció junto con historietas de María Brandán Aráoz que ilustraban el proceso de votación. También se diferenció de las elecciones anteriores la atención prestada al candidato ganador, Carlos Saúl Menem, quien entró en el panteón de los Grandes Hombres de *Billiken* desde el momento de su investidura. Un póster desplegable de Menem fotografiado con su banda presidencial fue flanqueado por la nota: "Aventuras de Carlos, el presidente", que mostraba tres instancias de su vida: niño travieso, joven intrépido y deportista consumado.[207]

La infancia ilustrada de Menem recordó a la atención que la revista prestó a la infancia de los padres de la patria en la década de 1920. Sin embargo, mientras que las infancias de estos "hombres ilustres", analizadas por Mirta Varela, estaban repletas de actos nobles para inspirar a los niños a la grandeza, la nota sobre el nuevo presidente relata anécdotas como cuando tiró todas las cacerolas de su madre al arroyo. Aprovecha el vínculo con la

infancia para detallar las promesas políticas del nuevo presidente a los niños: “Quiere mejorar el nivel de enseñanza y de a poco ir modernizándola para que todos los chicos puedan tener acceso a la tecnología”. La nota también nos recuerda que una de las frases de su campaña fue “los únicos privilegiados son los niños”. La frase es despojada aquí de su significado político e histórico, al igual que cuando *Billiken* la utilizó en el obituario de Evita. Pareciera que, para Menem, esta frase no era más que una evocación útil de su identidad política peronista.

Exgobernador de la provincia de La Rioja, Menem se había convertido en el líder de la corriente “renovadora” dentro de un peronismo cada vez más fracturado. Era, también, un peronista revisionista, y remontaba su linaje político al general Juan Manuel de Rosas, una asociación que Perón había rechazado a favor de posicionarse como heredero del general José de San Martín. Menem fundó una sociedad rosista y, como presidente, repatrió el cuerpo de Rosas desde Southampton, Inglaterra, en 1989. La sección del artículo titulada “Carlos, el intrépido” relata su cruce de la cordillera de los Andes a caballo en 1974, vestido de poncho y acompañado por baqueanos. Gabriela Cerruti describe este episodio como una mezcla de desafío personal y truco publicitario emprendido para demostrar la necesidad de un paso fronterizo.[208] Más que identificarse con el gaucho, símbolo discutido pero persistente de la identidad nacional argentina, Menem sintió afinidad por los caudillos, específicamente el riojano Facundo Quiroga, cuya vida sirvió de base para el texto fundacional de Sarmiento, y lo utilizó para manifestar sus credenciales populistas. La otra mitad del artículo se concentra en Menem como “súper deportista”: campeón de básquet, fanático del fútbol, tenista, aficionado a los autos de carrera y piloto de aviones. Según Hyland, Menem como deportista era otro ejemplo de su

apropiación de los símbolos de la nación, que le facilitaba “posicionarse como la encarnación de la virilidad masculina argentina”.[209]

El artículo no solo daba una cobertura positiva al nuevo presidente, centrada en el deporte y las aventuras atrevidas para acercarlo a un público joven, sino que también reproducía la construcción del personaje político que había cultivado durante años y que había empleado en su campaña electoral. Otra faceta de su imagen pública, no alineada con la base peronista tradicional, era la del *playboy* que conducía una Ferrari y se codeaba con el *jet set* en las páginas de *Para Ti* y *Gente*. Seducido por la promesa de glamur hollywoodense, Menem permitió que Alan Parker filmara escenas de *Evita* desde el balcón de la Casa Rosada. La película, basada en el musical de los británicos Andrew Lloyd Webber y Tim Rice, fue recibida con ira en los círculos peronistas por su postura antiperonista y la elección de Madonna como protagonista. Constancio Vigil, director de Atlántida y nieto del fundador, actuó como intermediario en el primer encuentro entre Menem y Madonna.[210] La familia Vigil era un aliado importante ya que Menem utilizaba la prensa popular para construir su base y Atlántida publicaba las revistas más vendidas del país.

Romero describe cómo Menem transformó la residencia presidencial de Olivos en “una suerte de corte” y que “concedía a sus fieles protección e impunidad, y distribuía con generosidad los frutos de un tráfico de influencias practicado sin disimulo”.[211] En 1990, Constancio Vigil formaba parte de su círculo de amigos, jugaba al tenis con el presidente dos veces por semana e incluso tenía su propio lugar de estacionamiento fuera de la Casa Rosada, según una nota poco halagadora publicada en *Noticias*, propiedad de la empresa rival Perfil.[212] Atlántida y la familia Vigil se beneficiaron de las políticas económicas de la época. El programa neoliberal de austeridad y reestructuración del capital, prescrito por el FMI

y el Banco Mundial y conocido como el Consenso de Washington, fue la respuesta a la hiperinflación y el colapso económico. Supuso la apertura de la economía a la competencia extranjera y la eliminación de la intervención estatal. La Ley de Reforma del Estado de 1989 permitió la propiedad privada de activos estatales y anuló una ley anterior que había prohibido a las empresas de medios impresos y a las sociedades anónimas poseer licencias de radio y televisión. Como afirman Vialey, Belinche y Tovar, "fue precisamente la necesidad de pactar con los propietarios de los medios de comunicación para que no cuestionaran su política neoliberal lo que animó al gobierno de Carlos Menem a modificar y flexibilizar el marco regulatorio de los medios y las telecomunicaciones".[213]

En 1990, Telefé superó otras cinco ofertas para hacerse con la licencia del Canal 11 de televisión estatal. La familia Vigil poseía el 28% de las acciones de este grupo: 14% a través de Editorial Atlántida y 14% a través de Enfisur S.A., una empresa que tenían Constancio y Aníbal C. Vigil junto con otro primo, José Vercelli.[214] Al año siguiente, Canal 11 ostentaba la mayor audiencia televisiva, impulsada por las revistas de Atlántida, que promocionaban a las estrellas de este canal, en detrimento de aquellas cuyos programas se emitían en otros canales.[215] En 1990, el artículo de *Noticias* hablaba de la consternación alrededor de la amistad entre Constancio Vigil y Menem. También incluía la respuesta de Constancio Vigil a las acusaciones de que la oferta liderada por Atlántida ganó la licencia debido a su cercanía al presidente. Vigil afirmó que fue simplemente porque Telefé había ofrecido un 50% más que otros licitadores. El cierre del artículo señala como curioso el hecho de que las páginas de *Gente* y *Somos* apenas mencionaban la separación de Menem de su mujer, Zulema, a pesar de que era noticia en todo el mundo, y a pesar de que las revistas de Atlántida obtenían el 90% de sus ingresos de las ventas, en lugar de la publicidad.

En los capítulos anteriores se ha examinado cómo Atlántida aprovechó el legado de su fundador, Constancio C. Vigil, para reforzar la legitimidad de *Billiken*. Este proceso contribuyó a la creación y el mantenimiento del legado del fundador, situándolo, si no dentro del imaginario nacional, sí dentro de ciertos círculos periodísticos, culturales y educativos. La mordacidad apenas disimulada del artículo de *Noticias* se centraba en la idea de la decadencia moral de Atlántida y del fracaso de los nietos en la custodia del legado de su abuelo. Puede ser, argumenta la nota, que Constancio C. Vigil haya publicado una foto de Eva Perón en la revista *Atlántida* en un gesto magnánimo después de que Perón levantara la cuota de papel de la editorial, pero sería difícil encontrar en su conducta el mismo oportunismo exhibido por sus hijos y nietos. En febrero del año siguiente, otro artículo de *Noticias* que exploraba la amistad de Constancio Vigil con Menem señalaba que el Mercedes-Benz de Vigil estaba a nombre del empleado de Atlántida Juan Carlos Albarracín, quien, como discapacitado, estaba exento de pagar impuestos de importación.[216] En abril de 1991, Constancio Vigil fue procesado por el caso de la matriculación de su Mercedes y renunció a los directorios de Atlántida y Telefé. Publicó sus disculpas en los medios de Atlántida; “He cometido una imprudencia”, escribía en *Gente*.[217] En abril de 1997, recibió una pena de dos años y medio de prisión en suspenso, así como la prohibición de ejercer actividades empresariales durante dos años. La sentencia fue confirmada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en noviembre de 2000.[218]

La introducción de la Ley de Convertibilidad de 1991 provocó una breve reducción inicial de los niveles de pobreza. Sin embargo, tras el “efecto tequila” de la crisis económica de México en 1994, los salarios en Argentina cayeron y el desempleo aumentó. Esto condujo a una reorganización de la sociedad en la que algunos sectores de la clase media

se convirtieron en los “nuevos pobres”, compitiendo por recursos y oportunidades con los “estructuralmente pobres”.[219] En la década de 1990, se mantuvo la idea de que *Billiken* se dirigía a lectores de clase media cuyas familias, imaginadas como blancas y heteronormativas, podían permitirse comprarla. En 1992, el nivel de pobreza se menciona como parte de la página de noticias “Extra”. Un apartado cita un informe, publicado en el diario *Clarín*, según el cual hay 15 millones de argentinos que no pueden comprar alimentos, y que el 65% de los habitantes del Gran Buenos Aires viven en la pobreza. Este dato se presenta en el contexto de una miscelánea interesante y se le da la misma importancia que otras noticias sobre la producción de yerba mate, una protesta de Greenpeace en Venecia y un corredor argentino que ganó el segundo puesto en la maratón de Londres.[220] No se imaginaba que las y los lectores de *Billiken* se contaran entre la gente que salió perdiendo en las nuevas estructuras sociales del neoliberalismo.

Los primeros años del primer gobierno de Menem coincidieron con una reevaluación internacional del lugar de las infancias en la sociedad. La Convención de la ONU sobre los Derechos del Niño (CDN) de 1989 fue ratificada en Argentina en 1990 e incorporada a la nueva Constitución en 1994. Sin embargo, la Ley de Patronato de Menores de 1919 no fue derogada hasta 2005, por lo que dos construcciones contrapuestas de la infancia tuvieron validez legal concurrente: el viejo modelo de niños sujetos al Estado y el nuevo que los interpelaba como sujetos activos con derechos.[221] La Convención de la ONU fue incorporada en campañas políticas y publicaciones gubernamentales, pero el modelo económico adoptado por el gobierno de Menem no creó las condiciones necesarias para que los pronunciamientos se tradujeran en acciones. Bajo las reformas menemistas, la financiación de la educación se transfirió del gobierno central a las provincias y a la Ciudad de Buenos Aires. El Ministerio de

Educación Nacional se redujo a una unidad de planificación que diseñaba los requisitos mínimos del plan de estudios.[222] Las escuelas públicas sufrieron recortes primero en los salarios y luego en los estipendios para la compra de material didáctico. Adriana Puiggrós enumera algunas de las consecuencias del fracaso del sistema educativo durante los años de Menem: el aumento de las tasas de deserción, cuatro millones de mayores de 14 años que no sabían leer ni escribir y el problema creciente de los "analfabetos tecnológicos" que carecían de las capacitades necesarias para desenvolverse en el mundo contemporáneo. Las presiones sociales se ejercían cada vez más sobre las escuelas que se convirtieron en comedores, poniéndose al servicio de las necesidades básicas de los sectores más desaventajados de la sociedad.[223] El punto focal de las protestas docentes fue una carpa blanca levantada frente al Congreso en 1997, sitio de una huelga de hambre en la cual participaron 1380 docentes durante 1003 días.[224] Las familias que podían permitirse el gasto recurrieron a las escuelas privadas y la cantidad de éstas aumentó para satisfacer la demanda, exacerbando las desigualdades existentes.

La escuela pública se había establecido para formar a los futuros ciudadanos para la nación y Carli argumenta que, al entender el sistema únicamente a través de su intención homogeneizadora y disciplinaria, a veces se puede pasar por alto su impulso democratizador que pretendía dar a todo el mundo las mismas oportunidades.[225] La Ley Federal de Educación de 1993 mantuvo los principios homogeneizadores en dos de los derechos que la enmarcaban: "La concreción de una efectiva igualdad de oportunidades y posibilidades para todos los habitantes y el rechazo a todo tipo de discriminación" y "La equidad a través de la justa distribución de los servicios educacionales a fin de lograr la mejor calidad posible y resultados equivalentes a partir de la heterogeneidad de la población".[226]

Sin embargo, en la práctica se reconfiguró la educación dentro de la lógica del mercado. Esto supuso un cambio profundo en el concepto de educación y una ruptura con los impulsos del momento fundacional de la escuela pública. A medida que se ensanchaba la brecha económica, algunos de los sectores más ricos de la sociedad acumulaban aún más riqueza. Para estos sectores, el período de Menem se caracterizó por el consumo y el auge de los *shoppings* y los *countries*. Este vocabulario pone de relieve el valor aspiracional de la lengua inglesa para quienes consideraban prestigiosos los viajes a Miami y la matriculación de sus hijos en colegios privados bilingües.

El contexto local en el que *Billiken* se hizo, distribuyó, compró y leyó durante este período estaba cada vez más influenciado por el contexto global. Los avances tecnológicos repercutieron en la producción y el consumo de la cultura. La globalización de la cultura infantil impulsada por el mercado fue fomentada por las mismas políticas neoliberales que habían permitido a Atlántida convertirse en un actor importante dentro del nuevo panorama multimedia. Reflexionando sobre la década de 1980 en adelante, García Canclini sostiene que el creciente protagonismo de las industrias culturales en la vida pública coincidió con un desequilibrio entre la producción y el consumo local, acelerando la globalización de los productos culturales. También identifica los procesos concurrentes de privatización, transnacionalización y la retirada del Estado de la responsabilidad por los intereses públicos en la vida social.[227]

En *Billiken* hay una trayectoria que empieza con la promoción de una cultura de consumo transnacional en sus primeras décadas y que desemboca en la promoción de una cultura infantil comercializada y globalizada en el neoliberalismo de la década de 1990. A lo largo de esta trayectoria se mantiene la doble construcción que se hace de los niños (varones por

defecto) como consumidores modernos y a la vez futuros ciudadanos. La revista fue transnacional desde el principio: el nombre y la primera ilustración de tapa procedían de Estados Unidos, y en sus primeras décadas publicaba versiones traducidas de las historietas y los cuentos que formaban parte de la circulación transatlántica de textos de aquella época. A partir de 1986, se continuó la tradición de la literatura traducida a través de la publicación de la serie de libros *Elige tu propia aventura*, publicada por primera vez en Estados Unidos una década antes. Esta serie se convirtió en la oferta para el público infantil más innovadora de Atlántida Libros y se imprimió durante varias décadas. A partir de la década de 1980, la visibilidad de la cultura popular externa a *Billiken* aumentó a través de las fotos de tapa y páginas interiores dedicadas a películas, programas de televisión y grupos de música tanto nacionales como internacionales. *Billiken* siempre había existido dentro del amplio ecosistema corporativo de Atlántida y la empresa matriz se expandió en la década de 1990, convirtiéndose, durante un tiempo, en una de las empresas de medios de comunicación más poderosas del país. En la década de 1990, *Billiken* promocionaba productos en los que Atlántida tenía un interés directo, como la serie de televisión *Chiquititas,* emitida por Telefé y cuyas protagonistas aparecían en la tapa con regularidad. Posteriormente, Atlántida publicó la revista mensual *Chiquititas,* uno de los 150 productos bajo licencia relacionados con la serie. En 1996, la editorial empezó a publicar *Mickey Total,* cuya licencia había adquirido a Disney. Estas revistas de productos licenciados formaban parte de universos transmedia más amplios externos a *Billiken*. Un precursor de este tipo de revistas dentro del "universo" *Billiken* había sido *Marilú,* de la década de 1930.

Aunque *Billiken* reflejaba el cambiante panorama del consumo, se identificaba y se promocionaba como una revista educativa, en

contraposición a las que existían para promover productos. Todavía publicó algunos contenidos generados a nivel nacional, como la historieta *Piberío* de Jorge Meijide (Meiji). Se vinculó también a dos figuras emblemáticas de la cultura (infantil) argentina: María Elena Walsh y *Mafalda* de Quino. María Elena Walsh nunca escribió específicamente para *Billiken*, pero algunos de sus cuentos, obras de teatro y poemas aparecieron ocasionalmente en la revista, con el reconocimiento de la editorial original. En marzo de 1997, cuando se empezó a publicar una historieta de *Mafalda*, la única contribución original a la publicación de este icono cultural argentino fue la de colorear las páginas.

Billiken promovía la cultura de consumo popular, a la vez que orientó su oferta en torno a lo que sus lectores necesitarían para prosperar en un mundo globalizado e impulsado por la tecnología. El artículo 15 de La Ley Federal de Educación de 1993 incluía la tecnología y la informática, junto con la matemática y la comunicación verbal y escrita, entre los "saberes considerados socialmente significativos" de los que había que "lograr la adquisición y el dominio instrumental". Sin embargo, la mayoría de las escuelas públicas carecían de las instalaciones e infraestructura necesarias para poner en práctica esta política. Ese mismo año, *Billiken* organizó un concurso de figuritas cuyo primer premio era un IBM, el segundo un Sega Mega Drive y el tercero un curso de inglés en casetes. Hacia 1995, aparecían con regularidad contenidos sobre computación en donde se publicaban noticias, consejos y respuestas a las consultas enviadas. Esta novedad hace ver que desde *Billiken* se suponía que las trayectorias de vida de sus lectores se cruzarían inevitablemente con esta tecnología aun si no tenían ya acceso a su propia computadora. Los contenidos sobre computación se ubicaban dentro de la misma revista y, como tal, no formaban parte de la oferta explícitamente educativa, que, a partir de 1989,

se recogía en suplementos independientes como “Cuadernos de investigación” (1989), “Sabe todo (Tu revista para el cole)” (1990-1994) y “Los grandes temas escolares” (1996).

En 1994, con motivo de la celebración de “75 años con los chicos y en la escuela”, se volvieron a integrar en la revista principal algunos contenidos escolares al incluir de nuevo páginas dedicadas a distintas materias. Se lanzó además una enciclopedia ilustrada para el inicio del curso emitida en entregas de páginas individuales perforadas que se etiquetaban como “para ayudarte en tus tareas”. La enciclopedia no se articulaba directamente con los Contenidos Básicos Comunes establecidos en la Ley Federal, sino que ofreció contenido sobre “Personajes célebres de la Historia Universal”, “Educación democrática”, “La Argentina”, “Ecología”, “El Universo” y “Plantas, árboles y flores”. La primera entrega de fichas didácticas coleccionables incluyó una carpeta con anillas y separadores de plástico. La enciclopedia era una reelaboración de una estrategia establecida de combinar material educativo con la serialización y la colección, vista por primera vez en el fichero de la década de 1960 que agrupaba material escolar en fichas coleccionables y que procuraba construir sobre el éxito de los álbumes de figuritas. En 1994, se publicaron los comentarios de lectores sobre la Enciclopedia Escolar Ilustrada como forma de validar este material. Aunque esto se trata de una autopromoción mediada por la redacción, ofrece ejemplos concretos de cómo se utilizaba este material escolar. Silvina (12 años) leía los “Personajes célebres de la Historia Universal” como si fueran cuentos, Mercedes (9 años) contaba que utilizaba el material de Ciencias Naturales para sus deberes y decía que su maestra estaba impresionada, y Alejandro (10 años) pensaba utilizar el material de ecología para el periódico que iban a hacer en su grado.[228]

La versión “Billikenizada” de los contenidos curriculares presentada en la enciclopedia de 1994 permitió a la revista reutilizar y reciclar temas y materiales que la habían caracterizado durante décadas, tanto dentro como fuera del contenido educativo. Cabe destacar que “Personajes célebres de la Historia Universal” fue una integrante más de una larga serie de páginas similares que se publicaba entre cada cinco y diez años y en la cual figuraban personajes como Galileo Galilei y Marco Polo. En los años anteriores a la enciclopedia, la frecuencia de estas series había aumentado. A partir de marzo de 1989 y durante un año se publicó de forma intermitente una serie de historietas titulada “Grandes Hombres”, en la que aparecía un amplio abanico de hombres de distintas épocas, como Galileo, Magallanes, Jacques Cousteau y Walt Disney. En 1993, el título se modificó a “Grandes personajes” para dar lugar a Madre Teresa antes de volver al título original. Se trata de un avance con respecto a la Colección Verde de la Biblioteca Billiken, en la que Marie Curie figuraba en la serie de los “Grandes Hombres” en 1938. En 1983, una doble página ilustrada de “Hombres de América Latina” incluía a Gabriela Mistral y Lola Mora. Sin embargo, el título más inclusivo de la serie en 1993 no llevó a una mayor representación de mujeres destacadas. Entre los integrantes de la serie “Grandes personajes” figuran Galileo, James Cook, Le Corbusier, Marco Polo y los astronautas Armstrong, Aldrin y Collins. En 1995, Marie Curie apareció en la Enciclopedia Escolar Ilustrada en la sección “Personajes célebres de la Historia Universal”, pero tuvo que compartir espacio con su marido, quien aparecía en una viñeta titulada “Un gran amor”, lo que recuerda el álbum figuritas de 1964 en el que Valentina Tereshkova compartía espacio con su marido y su estado civil se utilizaba para contextualizar sus logros. La tendencia alcanzó su cumbre en 1996 con la serie “Grandes Hombres de la Patria”, que combinaba el enfoque sobre las

efemérides patrias con la provisión de suplementos que empaquetaban un discurso patriarcal de la construcción de la nación en un formato coleccionable (véase la figura 37).

En 1995, la oferta de suplementos mantuvo estos principios de serialización, pero con un enfoque más limitado. Se ofrecieron dos suplementos: una Biblia en una adaptación serializada y un suplemento para aprender inglés. Ninguno de los dos representaba contenido nuevo para *Billiken*, que había publicado materiales didácticos en inglés por primera vez en 1960, en el contexto de la apertura de la Argentina al mundo bajo la presidencia de Frondizi. Atlántida había publicado anteriormente material religioso para un público infantil, desde *Las enseñanzas de Jesús*, de Constancio C. Vigil, publicada por primera vez en 1944, hasta *La Biblia contada a los niños*, una adaptación realizada por Ángela Simonini de Fuentes, colaboradora habitual de la Biblioteca Billiken, que iba por su 13º edición en 1995. Además, en *Billiken* los números cercanos a Navidad y Semana Santa solían tener contenido religioso. Este alejamiento de los principios laicos fundacionales de la escuela pública, derivados de la Ley 1420 de 1884, reflejó la decisión de no integrar la revista plenamente con el currículo escolar. Su argumento de venta era que complementaba, y que no sustituía, la educación impartida en las escuelas. En este sentido los dos suplementos se promocionaron como "nuevos e importantes materiales para hacer más eficaz y completo el apoyo que brinda a todos los chicos en la escuela". Esta idea fue respaldada por la identidad de *Billiken* como puente entre la escuela y el hogar, y uno de los actores clave en una educación completa:

> Comienza un año escolar con sueños, proyectos y desafíos. En cada etapa nueva de la vida es fundamental contar con el respaldo de quienes

> nos quieren: los papás, los abuelos, los compañeros, los maestros... ¡y *Billiken*![229]

La Biblia adaptada y por entregas de 1995 fue el contenido religioso más extenso provisto por *Billiken* y, a su vez, reflejó los cambios en la ley. La Iglesia católica había desempeñado un papel de lobby en la época del Congreso Pedagógico y, aunque la Ley Federal de Educación de 1993 no llegó tan lejos como este contingente esperaba, permitió que las perspectivas católicas se integraran en las escuelas. La inclusión del suplemento bíblico demostró que la revista seguía participando y respondiendo a los cambios en la política educativa, a pesar de que sus vínculos formales con el cuerpo docente se habían interrumpido hacía tiempo. Este compromiso estaba también en consonancia con la orientación católica de los dueños y en noviembre de 1995, se anunció orgullosamente que *Billiken* había recibido un premio del Movimiento Familiar Cristiano por la publicación de la Biblia. Dicho premio se otorgaba "para reconocer y testimoniar a hombres, mujeres e instituciones que trabajan a diario por la unión de los argentinos".[230] La semana siguiente, una nota autocomplaciente reflexionaba sobre el éxito de los suplementos y subrayaba su valor: "Sabemos que La Biblia es una obra imprescindible para la formación de todas las personas... El inglés es, sin duda, una herramienta fundamental para desenvolverse en el mundo de hoy". Los suplementos de 1995 son muestra de la dualidad que siempre existió en *Billiken*: el deseo de abrazar el futuro siempre que éste se sustentara en valores tradicionales y conservadores.

Las imágenes promocionales de estos suplementos mostraban a una familia nuclear con la madre y el padre haciendo uso de este valioso material en casa como muestra de su involucramiento en la educación de

sus hijos. En la misma época, y como siempre en *Billiken*, se encuentran también representaciones de la vida familiar en escenas ilustradas etiquetadas como material escolar. Las escenas de Miguel Ángel Milanese de 1989, bajo el rubro de Ciencias Sociales, mostraban una cierta actualización de los roles asignados por género en la familia que se solían ver representados en las páginas de la revista. En 1989, el padre y el hijo se ocupan de lavar el auto y cortar el pasto, mientras que la madre y la hija cuidan las flores en el jardín. La madre trabaja como maestra a tiempo parcial y a veces escribe poemas. No se nos dice a qué se dedica el padre, el principal sostén de la familia, que trabaja fuera de casa toda la semana —lo que recuerda a la página de primeras lecturas "Papá sale" de 1955—, pero, mientras que en la década de 1950 tal padre hubiera aparecido leyendo el periódico mientras la madre cocinaba, este padre cocina los sábados. Sin embargo, deja la cocina desordenada. En la pieza equivalente publicada al año siguiente, tanto el padre como la madre trabajan fuera de casa durante la semana. Los fines de semana, al padre le gusta cocinar y ocuparse de trabajos de electricidad, y la madre ayuda a los niños con la tarea. En 1995, Milanese muestra de nuevo una familia desde el punto de vista de los trabajos asignados a cada uno de sus miembros. El padre prepara el desayuno antes de ir a trabajar para que la madre pueda atender al nuevo bebé. La hermana asume el papel de pequeña maestra al ayudar a su hermano con sus deberes de matemática. A cambio, él ayuda a su hermana a arreglar su bicicleta, ya que "de esas cosas no entiende". Se destaca el trabajo de la madre dentro de la casa y la familia sólo se dio cuenta de lo mucho que hace cuando estuvo unos días enferma.[231]

En 1993, una página de Ciencias Sociales a cargo también de Milanese se publicó con motivo del Día de la Madre y mostraba dos modelos alternativos de maternidad: "No es Batichica ni la Mujer Maravilla, pero

hay que ser flor de heroína para ser mamá. Algunas son como la de Leandro, otras como la de Noelia. Y la tuya ¿cómo es?”. La madre de Leandro es una ama de casa tradicional y la de Noelia está en la línea de la madre de 1979, que vimos en el capítulo anterior, que trabaja dentro y fuera del hogar. Esta madre trabaja como secretaria, lleva a los niños al colegio, hace las compras y cocina mientras el padre pone la mesa. Aunque el texto presenta las dos versiones de forma neutra, al comparar las últimas viñetas se puede deducir una crítica a la madre trabajadora. La madre de Leandro lee un cuento a los niños antes de dormir. Dado que *Billiken* lleva años insistiendo en el valor de los libros y del papel fundamental de las madres en el desarrollo de sus hijos, podemos entender esto como una acción positiva. Sin embargo, en la casa de Noelia no se lee. La familia ve la televisión por las noches y la madre una vez incluso se quedó dormida delante del televisor. La implicancia es que resulta demasiado exigente ser madre y además trabajar.[232]

Cada año en *Billiken*, el Día de la Madre brindaba la oportunidad de homenajear a las madres, a las que se muestra siempre como cariñosas, pacientes, esforzadas y entregadas a sus familias. El nivel de actividad de las madres más allá de la familia varía. En 1991, un “Identikit de una madre moderna” muestra a una mujer fuera de casa, corriendo de un lado para otro, no en casa cocinando o tomándose tranquilamente una taza de té que le trajeron porque es el Día de la Madre. El formato identikit, el mismo de la nota que había provocado la consternación del cuerpo docente en 1976, corre de nuevo el riesgo de ofender. La madre está tan ocupada con los chicos, el pago de las facturas y las tareas domésticas que está distraída y descuidada. Ha regado una planta de plástico, se olvidó de dejar las compras en la cocina y tiene en el bolsillo las llaves del auto que papá está buscando hace una semana. Ser una “madre moderna” significa también

tomarse tiempo para una misma. El ejemplar de *Para Ti* que lleva bajo el brazo, la novela que intenta terminar hace seis meses y el teléfono inalámbrico para hablar con una amiga son factores implícitos que contribuyen a su falta de concentración en la gestión de la familia y el hogar (véase la figura 40). En 2005, la mamá moderna se ha convertido en la personificación de la mujer que lo tiene todo. En este nuevo identikit está en forma, es capaz y organizada. Está continuamente en movimiento, compaginando las exigencias del trabajo y la familia, mientras viste ropa para el gimnasio. Siempre está al teléfono organizando asuntos de trabajo, las pijamadas de los chicos y su vida social con sus amigas y siempre llama a sus hijos para decirles que los extraña. Su identidad como madre es fundamental: desde su cartera desbordan fotos de sus hijos para mostrarlas orgullosamente a otras personas. Se define por el amor que pone en todo lo que hace por ellos, como se ve en un halo de corazones flotantes, todos ilustrados para representar estas cariñosas acciones. No hay ninguna representación visual de su vida profesional en este identikit y el trabajo aparece como un accesorio de la vida moderna de menor importancia que su membresía del gimnasio (véase la figura 41).

Del fin de la era Vigil a los años de Televisa

La maternidad podía haberse modernizado, pero seguía siendo, según *Billiken*, el destino ideal de las niñas. El antiguo discurso en torno al potencial futuro de los niños (los varones por defecto) se reavivó a partir de la muerte de Aníbal C. Vigil, en 1994. Nieto de Constancio C. Vigil, hijo de Aníbal y primo de Constancio, Aníbal había fundado *Gente* en 1965 y había sido director ejecutivo de *Gente*, *Para Ti* y *Billiken* durante la dictadura. En el momento de su muerte, había sumado también la dirección de Telefé. El

discurso ya conocido del padre/fundador y la narrativa institucional de la razón de ser de *Billiken* se conservan en la nota titulada "Adiós a un señor que te quiso mucho". Aquí Aníbal está presentado como el heredero del fundador:

> *Billiken* fue fundada hace muchísimos años por su abuelo, y Aníbal llevó adelante los buenos propósitos que convirtieron a la revista en tu compañera inseparable dentro y fuera de la escuela. Los dos creían con mucha firmeza que la mente y el espíritu de un chico debían crecer tanto como su cuerpo, que sólo el saber y la educación forman hombres de bien, y que hay que pasar por este mundo con bondad, respeto por el prójimo, sentido de justicia y amor por todo lo que nos rodea: los animales, las plantas, el agua, el aire.[233]

Pablo Colazo ya se desempeñaba como director operativo de *Billiken* y tras la muerte de Aníbal, asumió una mayor visibilidad. Participó activamente en la preservación de las improntas fundacionales de la revista al abrir y cerrar su mensaje de aniversario de 1994 utilizando el mensaje de Constancio C. Vigil de 1944 en el que se elevan las credenciales espirituales de la publicación y se rechaza el "vil afán de hacer dinero". Colazo resaltó el legado generacional al escribir: "*Billiken* cumple 75 años, pero sigue siendo un chico, un amigo más, como lo fue de tus papás, de tus abuelos y hasta de algún bisabuelo". En el mensaje también proyecta el mantenimiento del legado hacia el futuro: "Nuestro mayor deseo es que cada uno de los chicos que nos leen [*sic*] se convierta en un hombre de bien; y que cuando crezcan y sean padres, aquel *Billiken* que fue amigo de su infancia lo sea también de sus hijos". En 1997, Colazo enfocó la continuidad de las credenciales educativas de la revista al promocionar un

curso de inglés, ahora en formato "audiovisual" de casetes y libros. Escribió que la dedicación a proporcionar este tipo de material ha sido parte de la filosofía desde 1919: "De esa línea recta, constante, permanente, no nos hemos apartado jamás".[234]

La dualidad en la construcción de la infancia también se mantuvo en estos discursos promocionales, en los que se evocaba a los niños como futuros ciudadanos y como agentes activos en el presente. En 1997, los materiales de marketing del curso de inglés decían: "Lo mejor es aprender inglés de chicos para no tener problemas cuando seamos grandes". En la misma época se emite por entregas la colección "El Gran Libro de la Argentina". El libro se completa con figuritas autoadhesivas para que los niños sean "partícipes directos y activos del proyecto". Esto recuerda la participación activa en la construcción y reconstrucción de la patria al armar las maquetas de cartulina de edificios históricos, pero es la primera vez que se reconoce explícitamente en una nota editorial este vínculo entre la materialidad de la revista y sus productos asociados con la formación de sentimientos patrióticos. Colazo emplea un discurso que recuerda al fundador Constancio C. Vigil al destacar el valor de "El Gran Libro de la Argentina":

> Este libro fue pensado con el corazón. Con el deseo de que padres e hijos, maestros y alumnos lo disfruten juntos, en esa corriente de afecto que genera el interés compartido. Para amar más lo que conocemos, y conocer mejor lo que amamos.[235]

En estos mensajes, Colazo se posicionaba desde su papel de director como el primer heredero no sanguíneo de Constancio C. Vigil y como

custodio de su legado. Esta custodia llegó a su fin menos de un año después de la publicación de este mensaje, cuando dejó *Billiken* en febrero de 1998.

El acontecimiento que marcó el principio del fin de *Billiken* como revista impresa fue el lanzamiento de la rival *Genios* el 2 de marzo de 1998, publicada por *Clarín* y dirigida por Pablo Colazo. Atlántida inició una demanda por plagio contra *Clarín* alegando que *Genios* era una copia de "Mega", un proyecto editorial en desarrollo por el equipo de *Billiken*, y que Colazo, junto con otros ahora exempleados, había llevado la idea a *Clarín*. En una entrevista concedida poco después de que su casa fue vandalizada y grafiteada con las palabras "traidor, ladrón" y "devolvé lo que te llevaste", Colazo se negó a responder a la denuncia de Atlántida. Destacó además el éxito del primer número de *Genios* cuya tirada de 400.000 ejemplares se agotó.[236] En 2008, *Clarín* fue declarado culpable de competencia desleal y condenado a pagar a Atlántida casi 30 millones de pesos. Desde su primera consigna "La revista de los niños", *Billiken* había pasado por varias otras incluyendo "Todo lo que te piden en la escuela", "Una aventura apasionante", "Siempre con vos" y "Tan inteligente como vos". El eslogan de *Genios* era simplemente "La revista para los chicos de hoy", dando a entender que las alternativas como *Billiken* y *Anteojito* estaban ya pasadas de moda. *Billiken*, de hecho, se había modernizado bajo la dirección de Colazo. Su último número como director, publicado el 6 de marzo de 1998, anunció que la propuesta para la vuelta a las clases sería una enciclopedia interactiva. La oferta coleccionable se componía de un suplemento en papel ("Súpercole") y disquetes con material didáctico ("Súperclick"). El primer disquete contenía figuritas imprimibles listas para usar en los cuadernos escolares. *Genios* perjudicó a su rival, no sólo por su novedad, sino también por su modelo superior de distribución. Se vendía como complemento

opcional del diario *Clarín*, mientras que *Billiken* todavía dependía de las ventas en los puestos de diarios.

En respuesta a la llegada de *Genios*, los responsables de *Billiken* se afianzaron en el discurso legitimador de la longevidad —al igual que habían hecho sus predecesores tras la llegada de *Anteojito*—, pero haciendo especial hincapié en los vínculos con la educación. Esto era relevante desde el punto de vista competitivo porque *Genios* seguía el patrón, establecido por *Billiken* y posteriormente seguido por *Anteojito*, de alinearse con el año escolar. Desde de julio de 1998 hasta finales de año, *Billiken* mostró sus credenciales educativas con el anuncio en la tapa: “Declarada de interés educativo por el Ministerio de Cultura y Educación”. En el año del 80º aniversario llegaron más reconocimientos, como la declaración de Interés Educativo y Cultural por parte de las Cámaras de Diputados y Senadores de la Provincia de Buenos Aires y de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Estos reconocimientos se recogieron con orgullo en la edición que correspondía al aniversario. Sin embargo, la conmemoración del aniversario siguió también la pauta de derivar contenidos afuera de la revista misma con la publicación del libro *Billiken 1919-1999: la vuelta a la infancia en 80 años*.

Las ventas de *Billiken* y *Anteojito* seguían patrones anuales. Por lo general, fue el número más cercano al 25 de Mayo el que proporcionaba el pico. Como el éxito de los números para el inicio del curso escolar solía predecir el éxito para el resto del año se usaba como momento de lanzar suplementos serializados o coleccionables. En respuesta a la llegada de un nuevo competidor, *Billiken* invirtió mucho en su paquete de lanzamiento de 1999 y ofreció lo que se declaraba “el mejor material escolar jamás entregado por una revista”. Se trataba de una mochila, una enciclopedia escolar coleccionable y una colección Biblioteca Billiken “para la familia”

que entregaba un libro por semana. El eslogan del paquete era: “Todo el programa escolar desarrollado en forma didáctica para los chicos del futuro”. Este paquete se ofrecía en colaboración con Telefónica, el gigante español de las telecomunicaciones que por entonces estaba relacionada con Atlántida. En marzo de 1998 Atlántida había vendido el 60% de sus acciones, quedándose con el 40% de la nueva entidad AtCo (Atlántida Comunicación) junto con CEI Citicorp Holdings (30%) y Telefónica Internacional (30%).[237] El conglomerado de medios resultante tenía como único rival al Grupo Clarín y poseía varias emisoras de radio y canales de televisión, Cablevisión, una compañía de telefonía fija, una de telefonía móvil y dos proveedores de Internet.[238] El grupo también conservaba las revistas de Editorial Atlántida, con la notable excepción de *El Gráfico*, que pasó a Torneos y Competencias, de Carlos Ávila. En diciembre de 1999, se informó de que la mayoría de AtCo se vendería a una división de Telefónica y que la familia Vigil se quedaría con Editorial Atlántida.[239]

El paquete que ofreció *Billiken* para la vuelta a las clases fue un éxito y logró que la media de ventas semanales en 1998 de 75.745 pasara a 134.511 en 1999. El eslogan de la enciclopedia coleccionable era “100 preguntas para los niños del 2000”. La generación del 2000, evocada por Perón y luego por la última dictadura militar, por fin había llegado, pero *Billiken* ya no era la revista preferida de esa generación. En el año 2000, las ventas cayeron a 69.770 ejemplares semanales y nunca se recuperaron. Disminuyeron constantemente y a partir de 2015 no llegaban a 30.000. *Genios* se convirtió en la revista infantil más vendida de Argentina, desplazando a *Billiken* al tercer puesto por detrás de *Anteojito*. Sin embargo, fue *Anteojito* la que no logró sobrevivir a la combinación de la crisis de 2001 y la llegada de *Genios* y cerró en diciembre de 2001 después de 37 años. Las notas periodísticas que informaban del cierre de *Anteojito* citaban

cifras facilitadas por el Instituto Verificador de Circulaciones de octubre de 2001 sobre la media semanal de ejemplares vendidos: *Genios* 72.673, *Anteojito* 33.300 y *Billiken* 26.757.[240]

El impacto de *Genios* en *Billiken* se manifestó en un modesto intento de actualizar su visualidad, en particular mediante el uso de montajes de fotos e ilustraciones en la tapa. La vuelta de El Mono Relojero como estrella de tapa, integrado en las efemérides patrias y en el ciclo del año escolar de 2001 y 2002, puede entenderse también como una respuesta a la llegada de un nuevo competidor, en la medida en que repitió una de las estrategias empleadas tras el lanzamiento de *Anteojito*.

Atlántida apostaba por invertir en contenidos para los públicos infantil y adolescente y seguía innovando, pero en otros productos como la revista *Billiken Compu* lanzada con motivo del 80º aniversario. Otras nuevas revistas derivadas tenían el objetivo de ampliar el rango de edad a la que se podía llegar más allá del segmento de la escuela primaria. *Para Teens*, bajo el ala de *Para Ti*, se destinaba a las adolescentes para darles continuidad cuando fueran demasiado grandes para *Billiken* y demasiado jóvenes para *Para Ti*. El suplemento *Billy*, con actividades para preescolares, dejó de publicarse y en 2004 se lanzó un producto independiente para este sector, *La Valijita*. Ésta se diseñaba con una manija troquelada para tomar la forma de su nombre, un concepto que reflejaba la idea de que la propia revista se convertía en un contenedor para otros productos. La actualización de *Billiken* a través de contacto con el mundo de Internet tampoco se gestionaba desde su propia redacción. A partir de 1996 se podía acceder a contenido sobre *Billiken* a través del sitio web de Atlántida. Cuando se lanzó un sitio propio para la marca en 2000, la gestión corrió a cargo del mismo proveedor externo responsable del resto de la oferta digital de Atlántida, sin supervisión por parte de la redacción.

Atlántida adoptó públicamente una narrativa de optimismo desafiante en el contexto de la batalla legal en curso con *Clarín*, incluso mientras *Genios* erosionaba sus ventas. Una nota de *Gente* de 2005 afirma que *Billiken* había ganado una cuota de mercado de 10 puntos sobre *Genios* el año anterior y, aunque el promedio de ventas semanales de *Billiken* había caído un 47% desde 1997 a 56.000, esto no era tan grande como la caída de *Genios* de un promedio semanal de 213.648 a 82.000 durante el mismo período.[241] La reducción en la circulación paga de ambas se explica por el aumento de las otras vías de entretenimiento y cambios en los hábitos de consumo. Ambas revistas compartían el problema de que el material educativo para la realización de tareas escolares podía obtenerse cada vez más de Internet. Las figuritas, que habían sostenido a *Billiken* durante tanto tiempo y habían contribuido a su arraigo en la conciencia nacional, quedaron obsoletas cuando las imágenes para ilustrar los cuadernos podían descargarse e imprimirse bajo demanda.

En *Billiken* creció la proporción de la producción cultural internacional frente a la local. Las tapas y páginas relacionadas con franquicias cinematográficas internacionales como *El Señor de los Anillos*, *La Guerra de las Galaxias* y *Harry Potter*, y bandas como Green Day competían por espacio con las tapas de Cartoon Network provenientes de un acuerdo entre Atlántida y este canal estadounidense. Reflejando la “asimetría” observada por García Canclini de la producción cultural local frente a la internacional en el contexto globalizado, el panorama de la cultura infantil nacional se estrechaba. La inversión se centraba en la creación de productos basados en personajes ya existentes, en lugar del desarrollo de otros nuevos. *Billiken* fue testigo de ello al incluir en su tapa ejemplos clave, como el largometraje de animación *Manuelita*, de García Ferré, de 1999, basada en la canción homónima de María Elena Walsh, y la película animada *Patoruzito*, de

2004, basada en el personaje de la revista de Dante Quinterno, que se publicó entre 1945 y 1977. Entre las protagonistas de la tapa estuvo presente también el grupo argentino de música Bandana, un producto autóctono surgido de un formato globalizado. En 2001, Bandana había ganado la versión local del concurso de talentos televisivo *Popstars*, un programa original de Australia y realizado localmente por la productora en la que Constancio Vigil tenía una participación mayoritaria.[242] La segunda serie de *Popstars* se emitió por Telefé, lo que puso aún más de relieve el protagonismo de los Vigil en el reducido círculo de producción y distribución de contenidos nacionales.

En la *Billiken* de 2005 y 2006 se ve un pico en la promoción de la cultura de consumo global homogeneizada, hasta el punto de que ni siquiera las tapas correspondientes a las efemérides del calendario escolar asumen el protagonismo de esas fechas. En 2005, los números que normalmente se hubieran encabezado con la vuelta a la escuela tenían como protagonistas a la actriz de Disney Hillary Duff y al cantante Diego Torres. El número correspondiente a la Revolución de Mayo lució en tapa al grupo de rock Airbag y el material patriótico se limitó al suplemento *Billy*. En 2006, las tapas correspondientes las protagonizaron *Cars* de Pixar y *Patoruzito 2*. Para el Día del Maestro, Sarmiento fue trasplantado por Messi en 2005 y por *High School Musical* en 2006. El número más cercano al 17 de noviembre solía comenzar con el aniversario de la revista, con variaciones de la imagen de una torta con velas en la tapa. En 2005, la imagen de tapa del número correspondiente fue Daniel Radcliffe en su papel de Harry Potter. Al año siguiente, ni siquiera se mencionó el aniversario en la tapa, en la que aparecía el actor Zac Efron. En 2006, Judith Gociol entrevistó a Mirta Varela y Paula Guitelman para un artículo sobre *Billiken*. Aun manteniendo sus críticas a la revista, ambas parecían lamentar en cierto

modo los cambios observados en aquel momento. Para Guitelman, se había modernizado gráficamente, pero se había empobrecido en términos de contenido. Varela comentó la desaparición de los motores morales que la habían guiado anteriormente y, al destacar la presencia multimedia de Atlántida, sugirió que quizás estos valores se habían sustituido por la moral del consumismo.[243] *Billiken* nunca se había alejado tanto de su impronta fundacional en el momento en que la familia Vigil se desprendió de Editorial Atlántida.

De los años de Televisa al centenario

Editorial Atlántida se vendió a Televisa, el gigante mexicano de los medios de comunicación, en 2007 por 80 millones de dólares. En 2008, la nueva dirección de Atlántida encargó un amplio estudio de mercado para definir la futura dirección de *Billiken*. El hecho de que este estudio se centraba en la comparación con *Genios* es revelador, no sólo porque ésta había devorado la cuota de mercado de su rival hasta convertirse en la más exitosa de las revistas infantiles orientadas a la escuela, sino también porque *Billiken* seguía muy centrada en el papel como principal soporte para cualquier reconfiguración futura de la marca. El estudio reveló que las y los docentes seguían recomendando la compra de una revista orientada a la escuela para su uso en clase, pero ya no especificaban *Billiken*. Las entrevistas con docentes también revelaron la creciente obsolescencia de las revistas escolares, en parte debido al acceso al material que ofrecía Internet, pero también a la repetición de textos, temas e imágenes año tras año, lo que desalentaba la compra regular. El estudio mostró que las escuelas seguían consultando los ejemplares de años anteriores, e incluso algunas copias viejas de *Anteojito* seguían en uso. Como la mayoría del público al que se

destinaba estos productos prefería las publicaciones enteramente dedicadas al entretenimiento y no mostraba ningún deseo de adquirir las escolares, la decisión de compra recaía en las familias. Según las conclusiones del estudio, una preferencia por *Billiken* o *Genios* dependía de los valores y asociaciones que se atribuía a cada una. *Genios* se veía como la alternativa más moderna y aspiracional que prepararía más adecuadamente a niños y niñas para el futuro que les esperaba. Por el lado negativo, se la percibía más orientada al consumo, con mucha más publicidad. *Billiken* fue valorada positivamente como un vínculo con los recuerdos de la infancia de madres y padres. Se la veía como una alternativa a las pantallas, una forma de reconectar a las nuevas generaciones con la cultura impresa y de enlazar las experiencias de la infancia entre generaciones. La otra cara de la nostalgia era que se percibía como anticuada: no se había actualizado y ya no resultaba atractiva para su público joven.

En las entrevistas y grupos focales se preguntó cómo se personificaría a las dos revistas. Si *Billiken* fuera una persona, sería el abuelo de *Genios*, de entre 60 y 80 años, o un hombre de 50 años con traje y corbata. Sería un profesor, un empleado del sector público o un historiador con una biblioteca muy grande. Algunas respuestas la identificaron como una maestra "grande, con experiencia". *Genios* era una maestra de entre 26 y 45 años, o una maestra jardinera recién recibida. Otras asociaciones de *Genios* eran: Bill Gates, mujer joven e inteligente, Harry Potter a los 28 años y un diseñador gráfico de 30 años. Esta última asociación encajaba con las propuestas más concretas del estudio, que esbozaba cómo la identidad gráfica de *Billiken* se comparaba desfavorablemente con la de *Genios* y cómo podía mejorarse. El informe compara páginas de las dos para ilustrar los comentarios de las encuestas. Los textos de *Billiken* se consideraban demasiado extensos, con pocos recursos para romper el texto y hacer la experiencia de lectura más

agradable. Las imágenes se consideraban puramente ilustrativas, mientras que las de *Genios* se integraban en el texto y creaban significado por sí mismas. La gráfica de *Billiken* se clasificó como tradicional y de colores apagados frente a la gráfica "disruptiva" y los colores contrastantes de *Genios*. En general, la presentación visual de *Billiken* se consideró excesivamente estructurada y poco dinámica. Se apreciaba la apropiación y mejora por parte de *Genios* de los contenidos tradicionalmente asociados a *Billiken* y un padre se sorprendió positivamente por el hecho de que *Genios* también ofrecía figuritas, pero comentó: "Estas figus son menos anticuadas, se renovaron".

Las recomendaciones finales del informe como estrategias para revitalizar la marca son modestas. En casi 300 diapositivas, sólo dos mencionan la idea de ir más allá del papel, de adoptar un enfoque multiplataforma y de integrar las redes sociales y la interactividad. Encima, toda esta actividad se proponía al servicio de la revista impresa, en lugar de sugerir una estructura de producto transmedia. Las recomendaciones se centraban en cómo superar la competencia de *Genios* que se dirigía a un público más joven que se consideraba más accesible. La propuesta era que *Billiken* se mantuviera en gran medida como estaba, sin arriesgar su capital cultural por alejarse demasiado de su identidad y que se agregara otra revista a la familia, *Billiken Kids*, para tender un puente entre *La Valijita* y *Billiken*. Esta nueva iniciativa nunca se materializó, pero se tomaron medidas para actualizar la identidad gráfica de *Billiken*, siguiendo la fórmula sugerida de "Back to Basics", expresada así (en inglés) en el informe. Se explicaba de esta manera: "No se trata de volver al pasado, sino de resignificar el futuro". Gonzalo Abascal, como director, y Euhen Matarozzo, como director de arte, formaron el nuevo equipo encargado de conducir *Billiken*. Este último, licenciado en diseño gráfico y con

experiencia en publicaciones infantiles y juveniles, dirigió la transformación gráfica y asumió la dirección dos años después. Diseñó el nuevo logotipo pensado para actualizar la identidad visual. Éste pretendía evocar el mundo digital aunque el producto siguiera decididamente ligado al papel. La "e" de *Billiken* se cambió por un símbolo que se asemejaba a la arroba, un emoji punteaba la "i", y la forma de nube se inspiró en el logotipo de Skype, todavía a la vanguardia de la tecnología de las comunicaciones en 2008.

A partir de 2009, *Billiken* retomó su patrón cíclico que pasaba por el año escolar. Las efemérides patrias volvieron a las tapas, pero ahora retrataban a los próceres en nuevos contextos. Sarmiento, con una varita mágica y una bufanda de escuela, fue reimaginado desde el mundo de *Harry Potter* y San Martín aparecía en una pose de Superman, que recordaba la tapa de Maradona de Alberto De Piero de 1986. Belgrano aparecía grafiteando el diseño de la bandera en una pared y la Primera Junta se agrupaba detrás de una escarapela diseñada para parecerse al escudo del Capitán América. Esta reimaginación, y actualización, de los próceres buscaba darles una renovada relevancia para el público infantil. Un intento similar de reimaginar a los hombres ilustres de la patria se había liderado anteriormente desde *Humi*, la revista infantil lanzada en agosto de 1982 y creada por la misma editorial que publicaba la satírica *Humor.* Incluso en el contexto de la apertura de la sociedad durante el retorno a la democracia, la irreverente visión de *Humi* sobre los próceres y los acontecimientos patrios mediante el uso del humor y la caricatura resultó inaceptable y cerró tras sólo dos años de existencia.[244] Más tarde, este enfoque encontró una mayor aceptación social. Al poco tiempo de que *Billiken* daba nueva vida a los próceres, Pakapaka, del Ministerio de Educación, lo hizo de forma más innovadora. En 2010, un año después de que *Billiken* empezó a renovar su enfoque de

las tapas, se estrenó el programa *Zamba* en Canal Encuentro. En *Zamba*, los próceres se humanizaban. Dejaban de ser retratos y estatuas para convertirse en guías educativos vivos que respondían pacientemente a las numerosas preguntas del protagonista. El propio Zamba proporcionaba un importante vínculo narrativo que daba coherencia a la serie de episodios. Como rostro de la marca y personaje infantil original con el que las y los espectadores jóvenes podían identificarse, Zamba era una versión moderna del personaje de Anteojito.

La inversión estatal en *Zamba* reflejó la importancia que se seguía dando a la enseñanza de la historia nacional, no sólo en las escuelas, sino también a través de iniciativas culturales que se extendían más allá de las aulas. Aunque la serie *Zamba* fue innovadora por su atractivo formato audiovisual, en cierto modo puede considerarse una evolución de las ideas expresadas en las iniciativas tempranas de *Billiken* al publicar episodios históricos en formato historieta, diseñadas para facilitar el aprendizaje de la historia y que ofrecían un complemento a los libros de lectura. Sin embargo, lo que diferenciaba a *Zamba* también era la historia que narraba. *Zamba* formó parte de un conjunto de iniciativas en torno al Bicentenario de la Independencia que pueden calificarse de revisionistas, lideradas por un gobierno que promovió la reivindicación argentina de las Islas Malvinas con renovado vigor en vísperas del 30º aniversario de la guerra.[245] El Museo del Bicentenario, ubicado en el antiguo edificio de la aduana detrás de la Casa Rosada e inaugurado por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en 2011, presentaba una versión revisionista de la historia argentina en la que se podía trazar una línea de sucesión política que empezaba con Rosas, pasaba por Perón y llegaba hasta Néstor Kirchner.

En 2008, en su primer discurso del Día de la Independencia como presidenta, Fernández de Kirchner promovió una revalorización de la

historia nacional:

> A mí me gusta recordar la historia, pero no tal vez la que siempre nos contaron, la historia del Billiken; a mí me gusta otra historia, la historia de los hombres y mujeres de carne y hueso, porque nuestros próceres fueron hombres y mujeres de carne y hueso que tuvieron que enfrentar luchas y oposiciones internas y fuerzas externas terribles que no querían que se declarara la independencia de las Provincias Unidas del Río de la Plata. Esa es la verdadera historia.[246]

En un discurso posterior, Fernández de Kirchner reiteró: “Hay que contar la historia no solamente de *Billiken*, hay que contar la historia como pasó”.[247] Fernández de Kirchner hubiera podido hablar de la historia que se enseña en las escuelas, o de la historia *mitrista*, o de la historia “oficial”, pero en su lugar habló de la historia de *Billiken*. La intención era doblemente despreciativa al identificarla como exponente de la ideología conservadora opositora y al mismo tiempo debilitar esa ideología al vincularla a un medio dirigido al público infantil. El subtexto era que la historia proporcionada por esta revista no sólo era incorrecta, sino que estaba simplificada en exceso y era poco sofisticada debido al público al que iba dirigida. El uso por Fernández de Kirchner de la frase “la historia de *Billiken*”, por despectiva que fuera en su intención, subraya el lugar de esta revista en la conciencia nacional argentina y reconoce su papel en la ampliación y perpetuación de la historia nacional hasta entonces enseñada en la escuela.

Al mismo tiempo que Fernández de Kirchner reprendía a *Billiken*, la revista integraba algunos de los elementos revisionistas identificados con su presidencia, continuando la pauta de seguir las políticas educativas del

gobierno de turno. A partir de 2010, cuando el aniversario de la Batalla de Vuelta de Obligado fue declarado Día de la Soberanía Nacional, *Billiken* lo incorporó a su propio calendario escolar. Si bien el general Juan Manuel de Rosas nunca fue incluido plenamente en el panteón de los hombres ilustres de la revista, hubo voluntad desde la redacción de alinearse con las nuevas corrientes revisionistas del bicentenario. Se incrementaron los contenidos educativos sobre el período rosista, las tapas del 20 de noviembre se dedicaron a la Batalla de Vuelta del Obligado y Rosas apareció en la tapa de un suplemento de la colección "Así se hizo la patria". Esta colección sobre la historia argentina, publicada por primera vez en 2010 y actualizada en 2016, recogía también las presidencias de Néstor Kirchner y, posteriormente, de Cristina Fernández. Para el kirchnerismo, *Billiken* estaba en el lado equivocado de la historia, no sólo por la versión de la historia que había promovido, sino también por el recuerdo de la complicidad de Atlántida con la dictadura más reciente. La política del gobierno de Néstor Kirchner de anular las leyes de amnistía y enjuiciar a los militares por crímenes de lesa humanidad puso de relieve esta brecha ideológica.

En el análisis de la presentación actualizada de la historia que *Billiken* lleva adelante durante esos años, si bien se percibe el ejercicio de imaginación en la búsqueda de nuevas formas de representar visualmente las efemérides patrias en las tapas, no se puede identificar una línea editorial coherente. A modo de ejemplo, las representaciones históricas de la población afroargentina en las tapas asociadas a la Revolución de Mayo reforzaron en gran medida los estereotipos a través de representaciones caricaturizadas, principalmente de mujeres afrodescendientes, que se dibujaban como vendedoras de empanadas que ofrecían productos "calientes" o demasiado "picantes" para los patricios (véase la figura 42). Sin embargo, en paralelo, las mujeres afroargentinas aparecían cada vez

más, casi siempre en un papel secundario, en las tapas dedicadas a las invasiones inglesas de 1806 y 1807. Las tapas incorporan a las mujeres afroargentinas en las representaciones de las milicias locales que defendían su ciudad en un momento en que apenas se comenzaba a reconocer su participación dentro de las corrientes revisionistas históricas.[248] La figura en torno a la cual se centra la participación de la mujer afroargentina en la formación de la nación es María Remedios del Valle, combatiente y auxiliar del ejército de Belgrano, aludida previamente por Ernesto Sabato en su contribución a la conmemoración del 60º aniversario. La participación de del Valle en las invasiones inglesas es hoy ampliamente aceptada como uno de los hechos que marcan su historia reconstruida. Aunque el aniversario de su muerte fue establecido en 2013 en Argentina como el Día de los/las Afroargentinos/as y la Cultura Afro, esta figura, y la participación de las mujeres afroargentinas en la formación de la nación, tardó en ganar una aceptación más amplia. Por ejemplo, *Zamba* la presentó como personaje recién en 2021.[249]

Con una tirada cada vez menor, el impacto del enfoque renovado de *Billiken* fue limitado. La tapa de este período que más atención acaparó fue la del 12 de octubre de 2017 y representaba el “encuentro” entre Colón y la población indígena como un partido de fútbol amistoso. La representación de caras sonrientes y el empleo de una metáfora futbolística dieron lugar a críticas fulminantes, como ejemplifica la siguiente cita extraída de una nota de opinión de la antropóloga Florencia Trentini: “Así, el ‘encuentro de dos mundos’ sonrientes en la tapa vuelve a negar la muerte, el saqueo de recursos naturales, la evangelización, la esclavitud, las torturas y por supuesto el despojo territorial”.[250] No todas las críticas se basaron en el análisis académico de los procesos históricos, sin embargo. Los ataques en las redes sociales que acusaban a *Billiken* de tener motivos más oscuros, un

sesgo de derecha y vínculos con el gobierno de Mauricio Macri provocaron que el entonces jefe de redacción publicara una declaración en Facebook, reproducida luego por varios medios de comunicación:

> La tapa no es la mejor que hicimos y la crítica es entendible, justificada y bienvenida. Hicimos la autocrítica y estaremos más atentos la próxima vez... Somos trabajadores y le erramos. No es tan difícil y no hace falta tanta paranoia intelectual ni política. No hay un señor gerente en las oscuridades de la editorial que tenga el teléfono directo con la Casa Rosada, desde donde nos imponen las ideas de derecha y fascistas para elegir los dibujos y los títulos. Fue una equivocación en el fragor de un día de cierre. No una conspiración ideológica.[251]

La polémica en torno a la tapa del 12 de octubre, por muy perjudicial que fuera para su reputación, rescató a *Billiken* de la invisibilidad, aunque la situó en un punto de mira desfavorable. Como señaló Trentini, mucha gente sólo se dio cuenta de que se seguía imprimiendo debido a la explosiva reacción a esta tapa en las redes sociales. De hecho, para aquel momento, la tirada se había reducido a unos 21.000 ejemplares semanales. La tapa sólo recibió tanta atención porque se había reproducido en una nota publicada por Infobae que anunciaba el acuerdo que este medio había firmado con Editorial Atlántida/Grupo Televisa para administrar los contenidos digitales de *Gente*, *Para Ti* y *Billiken*. La nota mostró ejemplos recientes de tapas de las tres, entre ellas la del número 5093 para el 12 de octubre.[252]

Los intentos desde la dirección de *Billiken* por frenar el declive resultaron inútiles ante la falta de visión de la empresa para la marca, junto a las dificultades inherentes a la distribución y en el contexto internacional de la caída de las ventas de revistas. La crisis se extendió también al resto de la

editorial. Se percibía hasta en el edificio de la calle Azopardo, aquel que se había elogiado en 1925 como un "verdadero palacio de la industria". En el vestíbulo, un cartel con los logotipos de Televisa cubría las placas en honor a Vigil y resultaba incongruente al lado del esplendor desvanecido de los pisos de mármol. En los años siguientes, la empresa se contrajo por las reestructuraciones y los despidos, y las oficinas se iban vaciando. El cierre de las ediciones locales que Atlántida publicaba de seis revistas de Hearst Corporation, entre ellas *Cosmopolitan* y *Harper's Bazaar*, condujo a más despidos en 2017. En 2019, después de que Televisa vendió Atlántida a un fondo de inversión privado local, siguieron más despidos, lo que llevó a la falsa noticia de que se habían cerrado *Billiken* y *Para Ti*.[253] A medida que *Billiken* se acercaba al centenario de su publicación, fue, hasta donde se ha podido averiguar, la primera revista infantil comercial en cualquier parte del mundo en tener la oportunidad de reflexionar sobre cien años de existencia y pensar cómo ir más allá de ese hito. Lo hacía en las circunstancias más inciertas, con una tirada y un personal enormemente reducidos, y como parte de una empresa recién constituida que se encontraba en las fases iniciales y tumultuosas de una reinvención digital.

206 "El Congreso", Nº 3271, 21/9/1982; "El voto: un derecho que es un deber", Nº 3273, 5/10/1982; "Historia de los partidos políticos", Nº 3323, 20/9/1983.

207 Nº 3628, 24/7/1989.

208 Gabriela Cerruti, *El jefe: vida y obra de Carlos Saúl Menem* (Buenos Aires: Planeta, 2021), p. 47.

209 Steven Jr. Hyland, *More Argentine Than You: Arabic-Speaking Immigrants in Argentina* (Albuquerque: University of New Mexico Press, 2017), p. 219.

210 Mercedes Funes, "Madonna en Argentina: supo que estaba embarazada, vivió un amor apasionado y se sintió poseída por Evita", *Infobae*, 20/1/2022.

211 Luis Alberto Romero, *Breve historia contemporánea de la Argentina, 1916-2016* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2022).

212 Liliana Castaño y Patricia Barral, “El poder de Vigil”, *Noticias*, 27/5/1990.

213 Patricia Vialey, Marcelo Belinche y Christian Tovar, “The Media in Argentina: Democracy Crisis and the Reconfiguration of Media Groups”, en *The Media in Latin America*, ed. por Jairo Lugo-Ocando (Maidenhead: McGraw-Hill Education, 2008), pp. 13-28 (p. 14).

214 Bernadette Califano, “Hacia los orígenes de la concentración mediática en Argentina”, *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 49 (2014), 29-48 (pp. 39-40).

215 Fernando Wainberg, “El menemismo mediático en la Argentina de los noventa” (tesis de maestría inédita, Universidad Internacional de Andalucía, 2010), p. 26.

216 Gabriel Pandolfo, “El amigo del poder”, *Noticias*, 3/2/1991.

217 *Gente*, Nº 1340, 28/3/1991; “Arrepentimiento”, *Somos*, Nº 757, 1/4/1991.

218 “Condenaron a C. Vigil por el delito de contrabando”, *La Nación*, 16/4/1997; “La Corte le bajó el pulgar a Vigil”, *Diario Judicial*, 9/11/2000.

219 Maristella Svampa, *Los que ganaron: la vida en los countries y barrios privados* (Buenos Aires: Editorial Biblos, 2001), p. 15.

220 Nº 3799, 2/11/1992.

221 María Laura Eberhardt, “Enfoques políticos sobre la niñez en los años ochenta y noventa”, en *La cuestión de la infancia*. *Entre la escuela, la calle y el shopping*, comp. por Sandra Carli (Buenos Aires: Editorial Paidós, 2006), pp. 57-81 (p. 70).

222 Véase María Fernanda Arias, “The Role of the State in ‘Menemista’ Argentina: Educational Politics in the Nineties”, *Iberoamericana. Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 36 (2006), 65-82 (p. 69).

223 Puiggrós, *Qué pasó en la educación argentina*, pp. 192-93.

224 Adriana Puiggrós, “Dolores, tragedias y esperanzas en la educación argentina (1973-2017)”, en *Historia de la educación en la Argentina IX: avatares de la educación en el período democrático (1983–2015)*, ed. por Adriana Puiggrós (Buenos Aires: Editorial Galerna, 2021), pp. 48–114 (pp. 53, 83).

225 Sandra Carli, “Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983–2001). Figuras de la historia reciente”, en *La cuestión de la infancia*, pp.19-54 (p. 41).

226 Ley Nº 24.195, artículos 5f and 5g.

227 Néstor García Canclini, “Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina”, *Estudios Internacionales*, 33.129 (2000), 90-111.

228 Nº 3897, 19/9/1994.

229 Nº 3920, 27/2/1995.

230 Nº 3958, 20/11/1995.

231 “¡Ésta es mi familia!”, Nº 3609, 13/3/1989; “Así es mi familia”, Nº 3664, 2/4/1990; “La familia: entre todos nos ayudamos”, Nº 3921, 6/3/1995.

232 “No es Batichica …”, Nº 3848, 11/10/1993.

233 Nº 3884, 20/6/1994.

234 Nº 3907, 28/11/1994; Nº 4026, 10/3/1997.

235 Nº 4025, 3/3/1997; Nº 4036, 16/5/1997.

236 "Pintadas agraviantes para el editor de la revista Genios", *La Nación*, 5/3/1998.

237 "El CEI y Telefónica compraron el 60% de la editorial Atlántida", *Clarín*, 27/3/1998.

238 Vialey, Belinche y Tovar, pp. 15-16.

239 "Ávila logró el control de El Gráfico", *La Nación*, 19/3/1999; "Telefónica se quedará con la mayor parte del grupo Atlántida", *Clarín*, 1/12/1999.

240 "Cerraría Anteojito, la revista de García Ferré", *La Nación*, 8/12/2001.

241 "Un artículo de muy poco inGenios", *Gente*, 21/1/2005.

242 Martín Bidegaray, "Vigil le vendió su 33% de RGB a Víctor González y Gustavo Yankelevich", *El Cronista*, 29/4/2005.

243 Judith Gociol, "El largo camino de *Billiken*", *El monitor de la educación*, 5. 10 (2006), 42-46 (p. 46).

244 Véase Lucía Aíta, "'La inefable HUMI': alcances y limitaciones en las dimensiones humorísticas de una revista infantil argentina (1982-1984)", en *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*, ed. por María Burkart, Damián Fraticelli y Tomás Várnagy (Buenos Aires: Teseo Press, 2021), pp. 477-512.

245 Véase Camila Perochena, "Una memoria incómoda. La guerra de Malvinas en los gobiernos kirchneristas (2003-2015)", *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 21.2 (2016), 173-91.

246 Cristina Fernández de Kirchner, "192º aniversario de la Independencia", *cfkargentina.com*, 9/7/2008.

247 "Acto de celebración del 199° Aniv. de la Declaración de la Independencia, desde San Miguel de Tucumán: Palabras de la Presidenta", *Casarosada.gob.ar*, 9/7/2015.

248 Nº 4759, 29/4/2011; Nº 4810, 27/4/2012; Nº 4966, 23/4/2015.

249 Sobre María Remedios del Valle véase Florencia Guzmán, "María Remedios del Valle. 'La Capitana', 'Madre de la Patria' y 'Niña de Ayohuma'. Historiografía, memoria y representaciones en torno a esta figura singular", *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2016). En el mismo momento en que Pakapaka desarrollaba el episodio de *Zamba* protagonizado por María Remedios del Valle, *Billiken* y yo también estábamos desarrollando un episodio dedicado a su vida para la serie de animaciones de Grandes Mujeres Latinoamericanas.

250 Nº 5093, 28/9/2017. Florencia Trentini, "12 de octubre: el genocidio de un mundo", *Batalla de ideas*, 11/10/2017.

251 "Cómo explicar el 12 de octubre a los niños", *Cosecha Roja*, 12/10/2017.

252 "Acuerdo entre Infobae y Editorial Atlántida/Grupo Televisa", *Infobae*, 3/10/2017.

253 Julián D'Imperio, "Anuncian nuevos despidos en la Editorial Atlántida", *Perfil*, 6/2/2019; "Billiken no cierra: cambia a multiplataforma", *Mendoza Post*, 15/2/2019.

EPÍLOGO

Nuevas plataformas y narrativas para una nueva marca Billiken

El futuro de *Billiken* está tomando forma en el momento de escribir estas líneas, lo que crea un espacio temporal complejo en el que pensar estas reflexiones finales. Más allá de la dificultad inherente de concluir una historia cuando está todavía en transcurso, otra complejidad surge al evaluar una historia reciente de la que formo parte. El nivel de mi involucramiento profesional con la marca supera lo que hubiera podido imaginar cuando me embarqué en este proyecto en 2012. Mi campo académico es el de las humanidades, donde tradicionalmente se valora la distancia crítica entre la investigadora y su objeto de estudio. Por lo tanto, la cercanía con mi objeto de estudio estará hasta mal visto en ciertos círculos. Nunca compartí esa postura. Creo que la investigación es profundamente personal y que estudiar de cerca la cultura de otro país, y a través de otro idioma, nos abre los horizontes y nos transforma. Es un privilegio, entonces, cuando el proceso es recíproco y cuando logramos tener un impacto sobre lo que investigamos. Este libro se basa en una versión más larga y de enfoque más académico publicada en inglés y que terminé de escribir durante un viaje a Buenos Aires en 2022. Un año después escribo las últimas páginas de esta versión en español desde mi casa en Sheffield en el Reino Unido, un

enroque apropiado para un proyecto que transcurrió en los cruces entre países, entre lenguas y entre la academia y la industria.

En 2018, la frecuencia de publicación de *Billiken* estaba disminuyendo. El proceso de dejar atrás el papel había comenzado, pero sin un plan claro para el futuro. Para entonces, yo había empezado a colaborar en una edición bilingüe de *Cuentos de la selva*, de Horacio Quiroga, con Atlántida Libros. En un principio se había previsto que ésta sería la primera de una serie bilingüe de Biblioteca Billiken y la principal iniciativa de cocreación que yo llevaría a cabo con Atlántida junto con el trabajo de archivo.[254] En paralelo, conversaciones con el director de *Billiken*, Euhen Matarozzo, empezaron a dar lugar a ideas concretas sobre cómo podría ser el futuro de la marca como un producto basado en nuevas narrativas y distribuido a través de nuevas plataformas. Tras analizar la persistente atención prestada a los Grandes Hombres a lo largo de la historia de la revista, tuve claro que la primera de esas "nuevas narrativas" debía centrarse en las mujeres. Después de cien años de promocionar a los hombres ilustres, *Billiken* tenía una deuda de representación con las mujeres históricas. Nunca se encargó un retrato de una mujer a Raúl Manteola en el momento de construir el corpus de representaciones de los próceres nacionales a finales de la década de 1930. De hecho, la aparición de mujeres históricas destaca por su escasa frecuencia. Más allá de las páginas ocasionales dedicadas a las Patricias Argentinas, la mujer argentina que más se destacó fue Mariquita Sánchez de Thompson, recordada no en el contexto de sus contribuciones al ambiente intelectual y cultural de Buenos Aires de principios del siglo XIX, sino porque la primera interpretación del himno nacional argentino tuvo lugar en su casa.

La falta de representación de mujeres en las colecciones impresas de personas que se distinguían por sus importantes aportes a la humanidad

había continuado bajo la dirección de Euhen. La última contribución a esta larga trayectoria de catalogar figuras históricas llegó con la serie de 20 suplementos titulada “Personas que cambiaron el mundo” publicada entre julio y diciembre de 2015. A pesar del título inclusivo, la representación de mujeres en esta colección sólo había avanzado modestamente con respecto a las iteraciones anteriores. En cada entrega aparecían cinco personas principales, con un espacio adicional reducido, dedicado a otras cuatro bajo el título “Ellos también”. No hubo espacio para las mujeres entre los “Visionarios” (Leonardo Da Vinci, Steve Jobs, Bill Gates, Ray Bradbury, Julio Verne, Brian Epstein, Masaru Ibuka, Larry Page, Mark Zuckerberg) y sólo Amelia Earhart y Valentina Tereshkova llegaron a la entrega de los “Aventureros”, pero no como protagonistas. En otras entregas se hizo un esfuerzo por incluir al menos a una mujer, pero rara vez entre las figuras principales. Dado que el foco en los Grandes Hombres se remontaba a los primeros años de la revista —inspirado a su vez en la historia *mitrista* y los libros de lectura escolares— y había persistido hasta 2015, una serie sobre mujeres argentinas destacadas parecía el punto de partida más apropiado para mi primer proyecto con *Billiken*.

Incluso en 2018, un proyecto editorial dedicado exclusivamente a mujeres todavía se percibía como una idea potencialmente polémica dentro de Atlántida. Sin embargo, hubo cierta libertad creativa hacia el final del mandato de Televisa, ya que la dirección de la empresa prestó poca atención a *Billiken*. La colección “Mujeres argentinas” que propusimos Euhen y yo se hubiera materializado de no haber sido por el aumento de los costos del papel y la cancelación de todos los suplementos de la editorial. La idea inicial de una serie de suplementos se transformó en la idea de un libro sobre 100 mujeres argentinas para conmemorar el centenario en un proceso que tenía como telón de fondo el cambio de dueño de la editorial seguido

por otra reducción en el número del personal. Gracias en gran parte al apoyo de Euhen a mi investigación, el nuevo directorio me permitió mantener el acceso al archivo y además decidió avalar la reorientación de la marca que propusimos llevar adelante con una mayor conciencia de la representación de género. Como parte de este enfoque renovado, la tapa del número de 2019 dedicada a la Revolución de Mayo incluyó por primera vez a Mujeres de la Patria (véase la figura 43). El directorio dio luz verde al proyecto del libro del centenario, pero sugirió ampliar el alcance desde Argentina para abarcar toda América Latina, con el fin de crear un producto más acorde con las aspiraciones regionales de la recién configurada Atlántida. A falta de un plan concreto para *Billiken*, *100 Grandes mujeres latinoamericanas* se destacó como la acción más significativa del centenario de la revista y la iniciativa sobre la que se proyectó el futuro de la marca.

El libro *100 Grandes mujeres latinoamericanas* fue un producto impreso tradicional que no representó un gran paso adelante para *Billiken* en términos de la innovación. En muchos sentidos, era una continuación de la práctica editorial de seleccionar y catalogar, en páginas ilustradas dentro de la revista o en suplementos, colecciones de figuras que pudieran considerarse modelos a seguir para el público infantil. La cantidad de mujeres que aparecían en el libro era significativa en la historia del producto —100 mujeres por los 100 años de *Billiken*—, pero inevitablemente impuso una restricción en la cantidad de mujeres, con decisiones a tomar respecto a quién incluir y a quién excluir de las innumerables mujeres, pasadas y presentes, que han contribuido a las sociedades latinoamericanas. Al embarcarnos en este proyecto, seguíamos potencialmente el camino trazado por Constancio C. Vigil en la construcción de futuros ciudadanos a través de proyectos editoriales,

aunque con el objetivo muy diferente, y disruptivo, de contribuir al avance de un futuro más igualitario, lo que desafiaba además la asociación de *Billiken* con la promoción de discursos conservadores. La inherente futuridad de *100 Grandes mujeres latinoamericanas* también contenía un poder simbólico en el sentido de que reposicionaba a *Billiken* como una marca con visión de futuro.

100 Grandes mujeres latinoamericanas nació de la investigación sobre la historia de *Billiken* y también vio la luz gracias a las condiciones del mercado. El libro *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes*, de Elena Favilli y Francesca Cavallo, fue en gran parte responsable del cambio de rumbo en el mundo editorial infantil que sentó las bases para proyectos editoriales como el nuestro. La pionera en Argentina fue la cooperativa Editorial Chirimbote, que publicó *Frida Kahlo para chicas y chicos* en 2015, el primer libro de la serie de biografías ilustradas *Antiprincesas*. Durante el período de creación de nuestro libro, las librerías de Argentina dedicaban cada vez más espacio a productos para los públicos infantil y adolescente que se enfocaban en mujeres icónicas, desde los libros para colorear de Frida Kahlo hasta la colección *Pequeñas personas, grandes sueños*, de María Isabel Sánchez Vegara. La normalización de esta atención prestada a las mujeres hizo que nuestro proyecto se viera menos polémico y facilitó su aprobación.

El diseño del proyecto de *100 Grandes mujeres latinoamericanas* fue influenciado tanto por la investigación de las anteriores iniciativas editoriales de *Billiken* como por la oferta existente de colecciones de biografías de mujeres adaptadas para el público infantil. Dentro de la limitación de elegir a sólo 100 mujeres, establecimos premisas para la selección con el objetivo de incorporar a figuras menos conocidas. Por ser el primer libro infantil ilustrado centrado específicamente en mujeres de la

región latinoamericana, invitaba a que miráramos más allá del reducido número de mujeres históricas, como Kahlo y Evita, consideradas iconos mundiales y que se suelen incluir en colecciones internacionales de biografías de mujeres destacadas. Concebimos a América Latina de una forma muy amplia. Decidimos incorporar a todas las naciones hispanohablantes de América del Sur, Central y del Norte, incluyendo así a las mujeres de ascendencia hispana de Estados Unidos, y también a Brasil. El enfoque regional también brindó la oportunidad de llamar la atención sobre las conexiones temporales y geográficos entre las mujeres, lo que nos permitió presentar los esfuerzos individuales dentro de un contexto más amplio. A pesar de la estima que merece el pionero *Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes*, queríamos alejarnos de los discursos de los “cuentos de hadas” a la hora de escribir las biografías y conceptualizamos el libro como un proyecto sobre las mujeres y para todo el mundo.

El principal criterio de selección fue que la lista de cien mujeres fuera lo más diversa posible y exhibiera diferentes identidades entrecruzadas. Además de intentar conseguir una representación de una amplia gama de etnias, sexualidades, edades, religiones, clases sociales y afiliaciones políticas, nos centramos en una división equitativa entre mujeres contemporáneas e históricas y en mostrar un variado espectro de profesiones y esferas de influencia. Una premisa fundamental de nuestra selección fue que no pretendíamos crear una jerarquía de logros ni definir un listado de mujeres a las que promocionar como las más impresionantes, inspiradoras o impactantes de todas. Este fundamento fue compartido por las mujeres contemporáneas que aparecen en el libro y que colaboraron en el proyecto. La viróloga argentina Andrea Gamarnik comentó:

> Me alegra figurar en el libro del centenario de *Billiken*, aunque soy consciente de que miles y miles de mujeres deberían estar. Mujeres que abrieron las puertas para que otras podamos tener acceso a la educación superior, que participaron en luchas sociales en forma inclaudicable, que rompieron con la exclusión en la política, que con su trabajo silencioso están cambiando el mundo.[255]

Carolina Contreras, emprendedora social y activista de República Dominicana que trabaja para erradicar la discriminación contra el cabello afro natural, identificó el impacto potencial de su presencia en el libro: “Mi deseo es que muchas niñas y niños vean esto y sepan que tienen adultos abogando por sus derechos, validando su belleza y celebrando su negritud”.[256] Consultamos a nuestra red combinada de amistades y colegas de toda América Latina para incorporar diferentes perspectivas sobre qué mujeres podíamos incluir en la selección. También buscamos activamente ejemplos de mujeres líderes en campos específicos y a veces de países específicos. El ángulo de la diversidad se convirtió así, paradójicamente, en otro parámetro de exclusión en el sentido de que algunas mujeres no fueron incluidas para evitar tener demasiadas del mismo país, o período histórico o profesión.

Durante el proceso de selección, Regina Solis empezó a trabajar junto a Euhen y a mí como la tercera integrante clave del equipo. Su llegada a la Universidad de Sheffield como estudiante de maestría subraya el papel de la casualidad en la creación de este producto colaborativo. En el momento en que nos esforzábamos por seleccionar a las mujeres de Centroamérica, llegó a nuestras vidas una guatemalteca licenciada en antropología, con experiencia periodística y una carrera anterior como maestra de primaria. Por lo demás, la serendipia y el pragmatismo se impusieron al proceso, a

menudo caótico, de la elaboración del libro. Reunir al equipo (cinco ilustradoras, la diseñadora Lisa Brande, la editora Lea Loupias y la escritora Ariela Kreimer para trabajar junto conmigo y Regina) fue un ejercicio de decidir a quién conocíamos, con quién nos gustaba trabajar y quién estaba disponible para participar dentro de los plazos y el presupuesto del proyecto. El único criterio era que la mayoría del equipo fueran mujeres. Las ilustradoras argentinas Aymará Mont y Sarah Jones realizaron el 80% de las ilustraciones, mientras que Javier Basile, ilustrador de la tapa de "Mujeres de la Patria" y las británicas Emily Cuthbert y Ella Strickland de Souza completaron el equipo. La experiencia de formar este equipo para llevar a cabo un producto creativo en un plazo apretado repercutió en el proyecto de investigación original. En concreto, me ayudó a aceptar la imposibilidad de realmente saber qué ocurría entre bastidores para influir en la toma de decisiones en un momento dado. Ninguna investigación de archivo, y ni siquiera una que adoptara una metodología etnográfica, sería capaz de descubrir las minucias de los factores decisorios en el contexto de un producto tan vasto y longevo como *Billiken*, sobre todo si se tienen en cuenta la serendipia y el pragmatismo.

En paralelo al trabajo de archivo, emprendido para escribir lo que ha pretendido ser una historia equilibrada y crítica de la revista *Billiken*, transcurrió otra corriente de actividad relacionada con el desarrollo de la narrativa institucional para el centenario. Ésta, en parte, se vinculaba a mi trabajo colaborativo con la marca, en el sentido de que buscaba presentar la historia de tal manera que contextualizara y preparara el terreno para su fase futura, de la cual formaba parte el proyecto editorial de *100 Grandes mujeres latinoamericanas*. También implicaba asumir el custodio del legado de *Billiken* al crear narrativas que atrajeran a quienes la recuerdan con cariño, conectándola a las memorias de la infancia. Implicaba a su vez

eludir en ellas las acciones incómodas y asociaciones negativas que este libro ha explorado. Abrí una nota para *Gente*, publicada en enero del año del centenario, con esta cita de Constancio C. Vigil: "*Billiken* se hace más con el corazón que con las manos".[257] Sabía que esta cita, originalmente del mensaje del 25º aniversario de Vigil, se había vuelto a publicar en el 40º aniversario. Sólo después de escribir esta nota y a medida que avanzaba en la investigación a través de los años de *Billiken*, vi que también se había utilizado con motivo del 50º aniversario. Después vi que Beatriz Ferro la había usado en el 60º aniversario y luego Pablo Colazo en el 75º aniversario. Mi reproducción involuntaria de los mensajes de exeditores muestra cómo las huellas fundacionales persisten a lo largo de generaciones como un proceso que ocurre de forma natural, casi inconsciente, y no necesariamente como resultado de una estrategia diseñada. Más allá de revelar una falta de imaginación por mi parte, o la imposibilidad de generar ideas originales, también pone de relieve la robustez del discurso del legado desarrollado por Constancio C. Vigil. Es posible dejarnos llevar por el romanticismo de *Billiken* y sus objetivos fundacionales, incluso cuando somos capaces de desmantelar este discurso mediante un análisis crítico.

Todas estas corrientes paralelas de actividad, con sus discursos contrapuestos, convergieron en noviembre de 2019, momento del centenario. No sabíamos en ese momento que el número del centenario, el 5143, sería la última edición impresa, al menos en su entidad de revista de publicación periódica. La tapa fue ilustrada por Aymará Mont, quien se unió a Norma (Norma B. de Adam), Carolina Parola y Chikie (Nelly Oesterheld) como una de las pocas ilustradoras que hicieron una tapa de *Billiken*. La ilustración de tapa se concibió para representar al papel como el vehículo que llevaría a la marca hacia su futuro digital.

El número del centenario se alejaba mucho de las ediciones de aniversarios anteriores y fue realizado por un equipo muy reducido. Para los aniversarios pasados se solían publicar reportajes fotográficos sobre cómo se hacía la revista, en los que se veía a equipos de diseñadores, ilustradores, redactores, editores y fotógrafos pululando por las ajetreadas oficinas antes de que salieran de la imprenta miles de ejemplares. En cambio, el equipo que produjo el número del centenario estaba formado por el director, una redactora y un diseñador. Al otro lado del Atlántico y contactada por WhatsApp, yo proporcionaba las notas históricas centradas en la nostalgia. La escasez del número del centenario no pasó desapercibida para los seguidores nostálgicos. Un blog dedicado a la historia de la ilustración en la revista publicó una nota sobre el número del centenario titulado "El orgullo de haber sido y el dolor de ya no ser".[258] El blog lamentaba la ausencia de una publicación en tapa dura sobre los grandes éxitos de *Billiken*, como el que se había producido para el 80º aniversario, o de un tomo nostálgico como la reedición del primer número para el 90º aniversario, sin identificar que *100 Grandes mujeres latinoamericanas* era la publicación oficial del centenario, designada como tal como una declaración hacia el futuro.

El acto conmemorativo del centenario se celebró en el Congreso de la Nación Argentina, en el que la Cámara de Diputados concedió a *Billiken* el honor de la "Declaración de Interés", por ser "marca registrada de la cultura nacional y referente de la industria editorial del continente". La participación del ministro de Educación de la Nación y de la ministra de Educación de la Ciudad de Buenos Aires puso de relieve la importancia de este centenario. En el mismo evento se incorporó la presentación del libro *100 Grandes mujeres latinoamericanas*. La siguiente cita de una nota de *Para Ti* muestra el mensaje institucional de Atlántida en torno al centenario:

> En el encuentro en el Congreso quedó claro que en su centenario *Billiken* está en plena transformación y construyendo su futuro, expandiéndose a nuevos soportes y generando nuevas narrativas para continuar a la vanguardia de los contenidos infantiles. Nuestra misión es que los niños y niñas de hoy y de mañana vivan su propia experiencia *Billiken* —expresó su actual director—. Y queremos que sea tan significativa para ellos como lo fue para las generaciones pasadas.[259]

El paso de *Billiken* a la era digital, que comenzó en torno al centenario y que se aceleró con la pandemia de COVID-19, se ha llevado a cabo en un contexto de transformación en Atlántida. Durante gran parte de su historia, Editorial Atlántida fue una empresa editora de revistas y libros con sede en la calle Azopardo. En el momento de escribir estas líneas, este edificio se está convirtiendo en una torre de oficinas y departamentos que conservará sus principales características: uno más en una larga lista de construcciones históricas que sufren tal transformación, para la tristeza de quienes buscan preservar el patrimonio arquitectónico de la ciudad. El Grupo Atlántida, ahora una empresa de medios digitales, tiene sede en una fábrica textil modernista reciclada situada en un barrio gentrificado. Junto con la nueva ubicación y la nueva marca ha llegado un nuevo modelo de negocio, cuya aplicación requiere nuevos saberes, habilidades y áreas de experiencia profesional. La transformación se percibe en las palabras clave utilizadas en las oficinas. En vez de hablar de impresión, distribución y lectores, se habla ahora de SEO, “community managment” y audiencia.

En este entorno, la transformación pospapel transcurrió en paralelo al desarrollo del proyecto de Grandes Mujeres Latinoamericanas, una extensión del producto editorial que nos permitió convertir el libro en una plataforma educativa transmedia. Formamos nuevos equipos para crear 21

cortometrajes animados y cientos de contenidos para docentes en forma de recursos educativos descargables, todos ellos basados en la vida y obra de mujeres latinoamericanas destacadas. El importante corpus de material educativo existente en *Billiken* tenía la virtud de ser escrito de forma accesible y de contar con un diseño atractivo, pero era material de referencia, a la manera de *100 Grandes mujeres latinoamericanas*. El uso de cualquiera de los dos en el aula requeriría una importante inversión de tiempo y esfuerzo por parte de las y los docentes para diseñar actividades adecuadas en torno a este material. En respuesta a esta preocupación, trabajamos con un equipo de docentes para desarrollar un producto listo para el aula. El proyecto se pensó también como una forma de reconstruir los vínculos históricos que tenía *Billiken* con la profesión docente y que la investigación histórica había identificado como una de las razones de su éxito.

Los recursos educativos desarrollados para el proyecto Grandes Mujeres Latinoamericanas se convirtieron en el modelo de la actual oferta educativa de *Billiken*. Los recursos se agrupan temáticamente de forma que atraviesan los diseños curriculares, de modo que un tema, centrado en la vida o la obra de una mujer, puede examinarse desde varias materias como lengua, arte, matemática, y ciencias sociales y naturales. El objetivo era mostrar cómo las mujeres y sus aportes pueden integrarse en el currículo escolar en la misma medida en que los aportes de los hombres ya se han integrado. El proyecto ofrece formas sutiles de lograr eso al simplemente normalizar la presencia de mujeres en diferentes profesiones, resaltando las instancias en las que su trabajo concuerda con un área cubierta en los planes de estudios. Por ejemplo, se puede aprender sobre la fotosíntesis a través del trabajo de la botánica mexicana y pionera experta en cactus Helia Bravo, o tratar el sistema solar mientras se aprende sobre Ellen Ochoa, la primera mujer de

ascendencia hispana que viajó al espacio. Los recursos también ofrecen oportunidades para profundizar en la igualdad de género y las identidades interseccionales a través de proyectos sobre el sufragio femenino, la historia de la participación de las mujeres en los campos científicos, el trabajo de las líderes indígenas en la conservación y mediante actividades artísticas que promueven la diversidad cultural. Los cortometrajes, que produjimos junto con el estudio de animación Nuts Media, se concibieron para despertar el interés por saber más sobre la vida de las mujeres. No adoptan un estilo documental, sino que se basan en una idea, una anécdota o un episodio de la vida de la mujer. Cada uno tiene un estilo diferente y música original que funcionan como anclaje visual y auditivo del compromiso del proyecto con la diversidad. También diseñamos una plataforma de acceso abierto para alojar todos los recursos audiovisuales y educativos del proyecto.

Creamos nuestro proyecto según la premisa de que la igualdad de género es responsabilidad de todo el mundo y que no sólo las niñas se benefician de aprender sobre las mujeres. En los últimos años se han producido grandes avances en los derechos de las mujeres en Argentina, a los que habría que salvaguardar del retroceso que se observa en distintas partes del mundo en el momento de escribir. En la región de América Latina y más allá, siguen pendientes el logro de la igualdad de género, el empoderamiento económico de las mujeres, la erradicación de la violencia contra las mujeres y las niñas y el desmantelamiento de los estereotipos basados en el género que limitan sus horizontes. Para lograr el cambio es necesaria la acción a gran escala de todos los sectores de la sociedad, y las industrias culturales y creativas tienen un papel que desempeñar como parte de una agenda mucho más amplia y multilateral de acciones directas. La respuesta de estas industrias en los últimos años ha sido muy alentadora. Ya no se considera polémico publicar biografías exclusivamente de mujeres en

un libro infantil y, de hecho, otros tomos similares, como *Mujeres faro* de Lucía De Leone, han seguido a nuestro libro. En paralelo a nuestro proyecto, se desarrollaron otros como el brasileño *Mulheres fantásticas*, una serie de animación producida por TV Globo que narra las biografías de mujeres inspiradoras de todo el mundo, y *Científicas de acá*, una iniciativa argentina para visibilizar a las científicas locales, que comenzó como un blog y luego publicó las biografías en un libro infantil ilustrado. Tan consolidado está el nicho de los libros infantiles feministas que hasta ya se empezó a cuestionar el valor de este enfoque que celebra a las mujeres al separarlas como una categoría aparte.

Si bien se puede observar que las tendencias en la creación de contenidos infantiles se alejan de la defensa de los logros de las mujeres, aún está pendiente el cambio a nivel de los currículos escolares y la disponibilidad de materiales centrados en la igualdad de género. En este sentido, el proyecto Grandes Mujeres Latinoamericanas es un paso hacia la creación de un currículo inclusivo, en la línea propuesta aquí por la UNESCO:

> Los currículos y los materiales didácticos que adoptan una perspectiva patriarcal suelen agravar la desigualdad de género, reforzando la dominación de las mujeres por los hombres. Los estereotipos de género están vinculados a representaciones mentales sociales. Los varones se asocian con la producción, el poder, la racionalidad y la esfera pública, mientras que las mujeres con la reproducción, la debilidad, las emociones y la esfera privada... Un currículo inclusivo, como esfuerzo colectivo, debe incorporar y valorar una serie de fuentes y formas de conocimiento de todos los miembros y comunidades de la sociedad.[260]

En el análisis del uso de los recursos de Grandes Mujeres Latinoamericanas, los primeros indicios apuntan a que existen barreras para su integración en los diseños curriculares existentes y que serán de interés principalmente para actividades en torno al Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y otras fechas específicas como el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia (11 de febrero) y el Día Internacional de las Niñas en las TIC (cuarto jueves de abril). Aunque esto refleja debates más amplios sobre la utilidad de tales fechas para avanzar en la agenda de la igualdad de género, en el caso de Argentina la idea del calendario escolar, y la vinculación de materiales a efemérides, está tan firmemente arraigada que es difícil cuestionar la idea de que las actividades que promueven la igualdad de género pueden figurar en el aula en cualquier momento del año y no sólo en marzo. Como hemos visto, *Billiken* desempeñó un papel clave en la instalación y amplificación de la idea del ciclo del año escolar a través de los contenidos relacionados con efemérides. Resulta irónico, entonces, que su éxito pasado en este ámbito sea ahora un obstáculo para el éxito del proyecto estrella de su nueva fase.

Éste es sólo un ejemplo de cómo el pasado de la marca influye en su presente, y de las dificultades que se plantean a la hora de pensar en lo que *Billiken* puede ser más allá del papel, y en lo que podría llegar a significar, para las niñas y niños de hoy, sus familias y sus docentes. En las charlas que dimos en torno al centenario, Euhen solía utilizar la metáfora de la escena final de la película *Avatar* para describir el reto de hacer que *Billiken* trascendiera su “cuerpo de papel” para trasladar su espíritu a nuevos planos de existencia en forma de soportes, experiencias y plataformas diferentes. Uno de los temas recurrentes en esta historia ha sido la relación simbiótica entre lo material (la revista como objeto) y lo intangible (la creación y el mantenimiento de un legado y las nociones de memoria y nostalgia). Este

libro ha explorado cómo, desde el primer momento, la revista se expandió más allá de sus páginas, desarrollando lo que hoy podríamos llamar una identidad de marca, aunque el concepto no se había formulado como tal aún en la década de 1920. El impulso inicial para crear una comunidad de lectores a través de eventos, concursos y el fomento de los Comités Billiken, así como el enfoque en la construcción de un legado, trascendieron su “cuerpo de papel”. Con el tiempo, se convirtió cada vez más en un contenedor —o almacén— de otros productos físicos, como enciclopedias, regalos y suplementos derivados. A medida que la marca se expande para abarcar nuevos productos, servicios y experiencias ¿puede considerarse la transformación digital como la siguiente etapa en su evolución? Además de preguntarnos qué es *Billiken* más allá del papel, también podemos preguntarnos qué es *Billiken* más allá de Argentina y hasta qué punto su argentinidad es constitutiva de su identidad. En un mundo interconectado y globalizado, existe un mayor potencial para que la marca construya una presencia en todos los territorios de habla hispana a través de un producto digital, multiplataforma y transmedia. Esto recuerda el sueño fundacional panlatinoamericano de Constancio C. Vigil para su revista, que se realizó parcialmente pero no se pudo sostener.

El lugar de *Billiken* en la conciencia nacional argentina está atravesado por nociones de nación, ciudadanía, cultura, identidad, inclusión, exclusión, historia, memoria, tradición, preservación y aspiración. Los recuerdos y sentimientos asociados a este producto cultural son a veces negativos y a menudo polémicos. La historia de *Billiken* es compleja, contradictoria y, en ocasiones, incómoda. En sus mejores momentos, esta revista celebró la difusión del conocimiento, el fomento de la curiosidad y la invitación al juego a la vez que exhibió el trabajo producido por profesionales de talento, y todo ello sin dejar de ser un producto comercialmente viable. Cabe

preguntar si el proceso de transformación actual puede brindar la oportunidad de seleccionar, reconfigurar y diversificar las asociaciones positivas que constituyen el núcleo de *Billiken.* Ésta es una de las consideraciones a resolver si se espera que recupere el lugar que una vez ocupó, pero como un producto muy diferente en un mundo muy diferente. Otros desafíos incluirán equilibrar la necesidad de innovación, anticipando los usos que harán las infancias de la cultura digital, con la conciencia de la realidad de las desigualdades digitales en América Latina. El mayor desafío para *Billiken*, si va a poder preservar su principal identidad constitutiva como marca infantil, sigue siendo volver a conectar con las infancias. Debido a su presencia disminuida en la última fase de su vida, las nuevas generaciones no han acumulado sus propios recuerdos de la revista. *Billiken* fue siempre un emprendimiento colectivo, obra de quienes la producían, imprimían, distribuían y leyeron. Queda por verse de qué manera podrá trascender su cuerpo de papel sin perder su esencia. Queda por verse también qué nuevos significados se atribuirán a la marca a medida que vaya más allá de una expresión del "nosotros" nacional y de "nuestros" recuerdos, para abarcar ideas más diversas de lo que constituye este "nosotros", así como para incluir a quienes estamos fuera de esas agrupaciones. Los niños y las niñas de hoy decidirán si *Billiken* puede hablarles y si pueden establecer con ella una conexión emocional lo suficientemente fuerte para continuar la transmisión generacional que siempre fue clave para la perpetuación de su legado. Su participación será fundamental para determinar el futuro de una marca que alguna vez fue la revista infantil de más larga trayectoria del mundo.

254 Horacio Quiroga, *Cuentos de la selva-Jungle Tales*, Nueva Biblioteca Billiken (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 2018).

255 "Científica del Instituto Leloir en '100 Grandes mujeres latinoamericanas' de *Billiken*", *Fundación Instituto Leloir*, 25/11/2019.

256 Carolina Contreras. Facebook 8/2/2022.

257 Lauren Rea, "100 años de la revista infantil que acompañó nuestra historia", *Gente*, Nº 2789, 1/1/2019.

258 Luis Alberto, "Centenario de *Billiken*: El orgullo de haber sido y el dolor de ya no ser", *Blog Top-Comics*, 6/11/2019.

259 "*Billiken* cumplió 100 años y fue homenajeada en el Congreso", *Para Ti*, 25/11/2019.

260 Global Education Monitoring Report Team, "Informe de seguimiento de la educación en el mundo, 2020, América Latina y el Caribe: inclusión y educación: todos y todas sin excepción", UNESCO, 2020, pp. 62-63.

BIBLIOGRAFÍA

Abraham, Carlos, *La Editorial Tor. Medio siglo de libros populares* (Buenos Aires: Tren en Movimiento, 2012).

Abrahamson, David, "Magazine Exceptionalism", *Journalism Studies*, 8.4 (2007), 667-70.

Accorinti, Tamara, "Una infancia en mil películas, un modelo en mil países. *Mil intentos y un invento* (Manuel García Ferré, 1972)", en *30-50-70: conformación, crisis y renovación del cine industrial argentino y latinoamericano*, ed. por Ricardo Manetti y Lucía Rodríguez Riva (Buenos Aires: EFFL, 2014), pp. 331-46.

Aíta, Lucía, "'La inefable HUMI': alcances y limitaciones en las dimensiones humorísticas de una revista infantil argentina (1982-1984)", en *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*, ed. por María Burkart, Damián Fraticelli y Tomás Várnagy (Buenos Aires: Teseo Press, 2021), pp. 477-512.

Arias, María Fernanda, "The Role of the State in 'Menemista' Argentina: Educational Politics in the Nineties", *Iberoamericana. Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 36 (2006), 65-82.

Badoza, María Silvia y María Inés Tato, "Cuando Buenos Aires se quedó sin diarios: los conflictos de 1919 en la prensa gráfica argentina", *Sociohistórica*, 19-20 (2006), 113-38.

Bertoni, Lilia Ana, *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas: la construcción de la nacionalidad argentina a fines del siglo XIX* (Buenos Aires:

Edhasa, 2001).
Billig, Michael, *Banal Nationalism* (Londres: Sage, 1995).
Blaustein, Eduardo y Martín Zubieta, *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 1998).
Bontempo, María Paula, *Editorial Atlántida: un continente de publicaciones, 1918–1936* (tesis de doctorado, Universidad de San Andrés, 2012).
———, "Los lectores y las lectoras de Billiken se asocian. El desarrollo de los Comités Billiken. Argentina, 1919-1925", *Trashumante. Revista Americana de Historia Social*, 8 (2016), 32-57.
———, "Los niños de *Billiken*: Las infancias en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX", *Anuario del Centro de Estudios Históricos* "*Prof. Carlos S.A. Segreti*", 12 (2012), 205-21.
Bourdieu, Pierre, *On the State: Lectures at the Collège de France, 1989-1992* (Cambridge; Malden: Polity, 2014).
Brafman, Clara, "Billiken: poder y consenso en la educación argentina (1919-1930)", *Todo es historia*, 25.298 (1992), 70-88.
Bulson, Eric Jon, *Little Magazine, World Form* (Nueva York: Columbia University Press, 2016).
Califano, Bernadette, "Hacia los orígenes de la concentración mediática en Argentina", *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 49 (2014), 29-48.
Cane, James, *The Fourth Enemy: Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930-1955* (University Park, PA: Penn State Press, 2011).
Carli, Sandra (comp.), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping* (Buenos Aires: Editorial Paidós, 2006).
———, "The New School Movement in Argentina", *Paedagogica Historica*, 42.3 (2006), 385-404.

———, *Niñez, pedagogía y política: transformaciones de los discursos acerca de la infancia en la historia de la educación argentina entre 1880 y 1955* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2002).

Carman, Verónica M., "El diseño editorial y la infancia. Las revistas *Humi, Billiken* y *Anteojito*, 1982-1984" (tesis de maestría inédita, Universidad de Buenos Aires, 2019).

Cerrillo Torremocha, Pedro César y María Victoria Sotomayor Saéz, *Censuras y LIJ en el siglo XX (en España y 7 países latinoamericanos)* (Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2016).

Cerruti, Gabriela, *El jefe: vida y obra de Carlos Saúl Menem* (Buenos Aires: Planeta, 2021).

Chartier, Roger, *Cultural History: Between Practices and Representations* (Cambridge: Polity Press, 1993).

———, *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1994).

Corbière, Emilio J., *Mamá me mima, Evita me ama: la educación argentina en la encrucijada* (Buenos Aires: Sudamericana, 1999).

Degiovanni, Fernando, "The Invention of the Classics: Nationalism, Philology and Cultural Politics in Argentina", *Journal of Latin American Cultural Studies*, 3.2 (2004), 243-60.

Desiderato, Agustín Daniel, "La movilización de los niños durante la Guerra de Malvinas. Un análisis a través de la revista Billiken y el suplemento Croniquita", en *La cuestión Malvinas en la Argentina del siglo XX: una historia social y cultural*, ed. por María Inés Tato y Luis Esteban Dalla Fontana (Buenos Aires: Prohistoria Ediciones, 2020), pp. 79-97.

Devetach, Laura, "Actualidad de la censura: *Monigote en la arena*", *Educación y biblioteca*, 20.166 (2008), 35-36.

———, *Oficio de palabrera: literatura para chicos y vida cotidiana* (Buenos Aires: Colihue, 1991).

Díaz Viana, Luis (coord.), *Palabras para el pueblo: aproximación general a la literatura de cordel*, t. 1 (Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2000).

Duhalde, Eduardo Luis, *El estado terrorista argentino: quince años después, una mirada crítica* (Buenos Aires: Eudeba, 1999).

Dussel, Inés, "La gramática escolar de la escuela argentina: un análisis desde la historia de los guardapolvos", *Anuario de la Sociedad Argentina de Historia de la Educación*, 4 (2003), 11-36.

Falabella, Mariel, "Anteojitos y Billikines, contrato de lectura (1964-1983)", *La Trama de la Comunicación*, 14 (2010), 203-20.

Finocchio, Silvia, "La historia inventada por los docentes (o de cómo la cultura escolar recrea la enseñanza de la historia en un contexto de transformaciones intensas)", *Revista Prâksis*, 2 (2011), 21-30.

Franco, Marina, "La 'Campaña Antiargentina': La prensa, el discurso militar y la construcción de consenso", en *Derecha, fascismo y antifascismo en Europa y Argentina*, ed. por Judith Casali de Babot y María Victoria Grillo (Tucumán: Universidad de Tucumán, 2002), pp. 195-225.

García Canclini, Néstor, "Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina", *Estudios Internacionales*, 33.129 (2000), 90-111.

———, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Buenos Aires: Sudamericana, 1992).

Gené, Marcela, *Un mundo feliz: imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955* (Buenos Aires: FCE-Universidad de San Andrés, 2005).

Gluzman, Georgina, "Imaginar la nación, ilustrar el futuro. *Ilustración Histórica Argentina* e *Ilustración Histórica* en la configuración de una visualidad para la Argentina", en *Atrapados por la imagen: arte y política en la cultura impresa argentina*, ed. por Laura Malosetti Costa y Marcela M. Gené (Buenos Aires: Edhasa, 2013), pp. 47-73.

Gociol, Judith, "El largo camino de *Billiken*", *El monitor de la educación*, 5. 10 (2006), 42-46.

Gubar, Marah, "Risky Business: Talking about Children in Children's Literature Criticism", *Children's Literature Association Quarterly*, 38.4 (2013), 450-457.

Guber, Rosana, *¿Por qué Malvinas?: de la causa nacional a la guerra absurda* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001).

Guitelman, Paula, *La infancia en dictadura: modernidad y conservadurismo en el mundo de Billiken* (Buenos Aires: Prometeo, 2006).

Guzmán, Florencia, "María Remedios del Valle. 'La Capitana', 'Madre de la Patria' y 'Niña de Ayohuma'. Historiografía, memoria y representaciones en torno a esta figura singular", *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2016).

Hammond, Nathan L., Allison W. Pearson y Daniel T. Holt, "The Quagmire of Legacy in Family Firms: Definition and Implications of Family and Family Firm Legacy Orientations", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40.6 (2016), 1209-31.

Indij, Guido (ed.), *Perón mediante. Gráfica peronista del período clásico* (Buenos Aires: La Marca, 2006).

Invernizzi, Hernán y Judith Gociol, *Un golpe a los libros: represión a la cultura durante la última dictadura militar* 2.ª ed. (Buenos Aires: Eudeba, 2007).

Kaufmann, Carolina (dir.) *Dictadura y educación. Los textos escolares en la historia argentina reciente*, t. 3 (Salamanca: FahrenHouse, 2018).

Lionetti, Lucía, *La misión política de la escuela pública: formar a los ciudadanos de la República (1870-1916)* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2019).

Lugo-Ocando, Jairo (ed.), *The Media in Latin America* (Maidenhead: McGraw-Hill Education, 2008).

Osuna, María Florencia, "'El hombre del año 2000'". Actores, discursos y políticas hacia la infancia durante la dictadura (1976-1980)', *Sociohistórica*, 40, 2017, e030.

Machado, Ana María y Graciela Montes, *Literatura infantil: creación, censura y resistencia* (Buenos Aires: Sudamericana, 2003).

Magassy Dorn, Georgette, "Sarmiento, the United States, and Public Education", en *Sarmiento and his Argentina*, ed. por Joseph T. Crisenti (Boulder y Londres: Lynn Rienner, 1993), pp. 77-89.

Magill, Frank N., *Chronology of Twentieth-Century History: Business and Commerce*, t. 2 (Londres y Nueva York: Routledge, 1996).

Mantovani, Larisa y Aldana Villanueva, "Libros escolares y enseñanza de la historia: El manual ilustrado *Historia argentina de los niños en cuadros*", en *Ilustrar e imprimir: una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, ed. por Sandra Szir (Buenos Aires: Ampersand, 2016), pp. 179-211.

Martín, Antonio, "Las aleluyas, primera lectura y primeras imágenes para niños (siglos XVIII–XIX)", *CLIJ. Cuadernos de literatura infantil y juvenil*, 18.179 (2005), 44–53.

Martin, Michèle, *Images at War: Illustrated Periodicals and Constructed Nations* (Toronto: University of Toronto Press, 2006).

Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* (Barcelona: G. Gili, 1987).

Martínez González, Jesús María y Ramon J. Freire Santa Cruz, *LIJ efímera. La perfecta imperfección de los no libros* (Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2018).

Medina, Pablo, *Gallegos. Sembradores de ideas* (Buenos Aires: Centro Betanzos, 2016).

Ocoró Loango, Anny, "La emergencia del negro en los actos escolares del 25 de mayo en la Argentina: del negro heroico al decorativo y estereotipado", *Pedagogía y saberes*, 34 (2011), 33-50.

Ormaechea, Luis, "Una frontera que más que separar, une", en *Imágenes compartidas: cine argentino, cine español* (Buenos Aires: CCEBA, 2011), pp. 355-69.

Panella, Claudio y Guillermo Korn (eds.), *Ideas y debates para la Nueva Argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*, t. 1 (La Plata: Ediciones EPC, UNLP, 2010).

Pelegrinelli, Daniela, "Prodigiosa Marilú", *Boca de Sapo: Revista de arte, literatura y pensamiento*, 7.9 (2011), 14-19.

Perochena, Camila, "Una memoria incómoda. La guerra de Malvinas en los gobiernos kirchneristas (2003-2015)", *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 21.2 (2016), 173-91.

Pineau, Pablo, *El principio del fin: políticas y memorias de la educación en Ia última dictadura militar (1976-1983)* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 2006).

Pinti, Enrique. *Conversaciones con Juan Forn* (Buenos Aires: Emecé Editores, 1990).

Planas, Javier, "Para un catálogo atractivo: libros y políticas editoriales para las bibliotecas populares. La propuesta de Domingo Faustino Sarmiento", *Información, Cultura y Sociedad*, 20 (2009), 63-81.

Plotkin, Mariano Ben, *Mañana es San Perón: propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946-1955)* (Buenos Aires: Ariel, 1994).

Prout, Alan, "Taking a Step Away from Modernity: Reconsidering the New Sociology of Childhood", *Global Studies of Childhood*, 1.1 (2011), 4-14.

Puiggrós, Adriana (ed.), *Historia de la educación en la Argentina IX: avatares de la educación en el período democrático (1983–2015)* (Buenos Aires: Editorial Galerna, 2021).

———, *Qué pasó en la educación argentina: breve historia desde la conquista hasta el presente* (Buenos Aires: Editorial Galerna, 2018).

Qvortrup, Jens (ed.), *Childhood Matters: Social Theory, Practice and Politics* (Aldershot: Avebury, 1994).

Rea, Lauren, "Trajectories in Argentine Children's Literature: Constancio C. Vigil y Horacio Quiroga", *International Research in Children's Literature*, 12.1 (2019), 76-89.

———, *Argentine Serialised Radio Drama in the Infamous Decade, 1930-1943: Transmitting Nationhood* (Farnham y Burlington, VT: Ashgate, 2013).

———, "Education, Popular Literature and Future Citizenship in Argentina's *Billiken* Children's Magazine (1919-1944)", *Global Studies of Childhood*, 8.3 (2018), 281-91.

———, "The Newsboy's Good Deed: *Billiken* Magazine's Construction of Argentine Childhood In 1942", *The Journal of the History of Childhood and Youth*, 12.1 (2019), 68-87.

Rein, Mónica, *Politics and Education in Argentina, 1946-1962* (Londres: Routledge, 2016).

Rickards, Maurice, *The Encyclopedia of Ephemera: A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and Historian* (Londres: The British Library, 2000).

Romero, Luis Alberto, *Breve historia contemporánea de la Argentina, 1916-2016* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2022).

———, Luciano de Privitellio, Silvina Quintero e Hilda Sabato, *La Argentina en la escuela: la idea de nación en los textos escolares* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2004).

Saborido, Jorge y Marcelo Borrelli, *Voces y silencios: La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)* (Buenos Aires: Eudeba, 2012).

Sarlo, Beatriz, *La máquina cultural: maestras, traductores y vanguardistas* (Buenos Ares: Siglo XXI, 2017).

Sarmiento, Domingo Faustino, *Facundo o Civilización y barbarie* (Buenos Aires: Biblioteca del Congreso de la Nación, 2018 [1845]).

Sirvén, Pablo, *Perón y los medios de comunicación, 1943-1955* (Buenos Aires: CEAL, 1984).

Soria, Claudia, Paola Cortés Rocca and Edgardo Dieleke (eds). *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna* (Buenos Aires: Prometeo Libros, 2010).

Spregelburd, Roberta Paula y María Cristina Linares (org.) *La lectura en los manuales escolares: textos e imágenes* (Buenos Aires: UNLu; UNNE, 2009).

Spregelburd, Roberta Paula y Susana Vital, “Yo aprendí a leer con el libro *¡Upa!*”, en *La alfabetización de un siglo a otro: desafíos y tendencias*, coord. por Roberto Bottarini y Roberta Paula Spregelburd (Buenos Aires: UNLu, 2009), pp. 205-25.

Svampa, Maristella, *Los que ganaron: la vida en los countries y barrios privados* (Buenos Aires: Editorial Biblos, 2001).

Szir, Sandra M., “Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual. Buenos Aires, 1880-1910”, en *Travesías de la imagen: historias de las artes visuales en la Argentina*, t. 1, ed. por María Isabel Baldassare y Silvia Dolinko (Buenos Aires: CAIA; EDUNTREF, 2011), 65-93.

———, “Imágenes y tecnologías entre Europa y la Argentina. Migraciones y apropiaciones de la prensa en el siglo XIX”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2017).

———, *Infancia y cultura visual: los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)* (Buenos Aires: Miño y Dávila, 2007).

———, “Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica en Buenos Aires (1850-1910)”, 3 (2013), 1-16.

———, “De la ilustración didáctica a la imagen lúdica y publicitaria. El proceso de masificación de la prensa periódica para la infancia (1880-1910)”, en *Discutir el canon. Tradiciones y valores en crisis* (Buenos Aires: CAIA, 2003), pp. 237-48.

Tosi, Carolina, “La emergencia de las colecciones de literatura infantil y juvenil, y su impacto en la industria editorial. Los casos Robin Hood y Biblioteca Billiken”, *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños*, 1.1 (2015), 132-58.

Ulanovsky, Carlos, *Paren las rotativas: una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos* (Buenos Aires: Espasa, 1997).

Varela, Mirta, “Le péronisme et les médias: contrôle politique, industrie nationale et goût populaire”, *Le Temps des Médias. Révue d’histoire*, 7 (2006), 48-63.

———, *Los hombres ilustres del Billiken: héroes en los medios y en la escuela* (Buenos Aires: Colihue, 1994).

Vitale, María Alejandra, “Memoria y acontecimiento. La prensa escrita argentina ante el golpe militar de 1976”, en *Los estudios del discurso: nuevos aportes desde la investigación en la Argentina*, coord. por Patricia Vallejos Llobet (Bahía Blanca: EdiUNS, 2007), pp. 165-84.

Zapiola, María Carolina, “Niños en las calles: Imágenes literarias y representaciones oficiales en la Argentina del Centenario”, en *Formas de historia cultural*, ed. por Sandra Gayol y Marta Madero (Buenos Aires: Prometeo, 2007), pp. 305-32.

Fuentes primarias

350 poesías para niños, Biblioteca Billiken (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1930).

Anteojito (revista, Editorial Julio Korn/Producciones García Ferré, 1964-2001).

Billiken (revista, Editorial Atlántida, 1919-2019).

1919-1979. Reviva los 60 años de Billiken (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1979).

Billiken 1919-1999: la vuelta a la infancia en 80 años (Buenos Aires: Editorial Atlántida, 1999).

Mundo Infantil (revista, Editorial Haynes, 1949-1955).

Mundo Peronista (revista, Editorial Haynes, 1951-1955).

La Nación Argentina. Justa, libre, soberana, 3.a ed. (Buenos Aires: Control de Estado de la Presidencia de la Nación, 1950).



Figura 2: Una muñeca Billiken en la ilustración y figuras Billiken incorporadas al logotipo. Nº 20, 29/3/1920. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.

Billiken

El Campeón
de la temporada







¡10 PUNTOS EN MATERIAL ESCOLAR!
$ 720.-
Billiken
ARGENTINA '78
Tango
EMPEZÓ EL MUNDIAL



Figura 3: Nº 1, 17/11/1919. Ecos de la primera tapa: Nº 1067, 29/4/1940, ilustración de Lino Palacio. Nº 3047, 6/6/1978, ilustración de Alberto De Piero. Nº 3592, 14/11/1988, ilustración de J. Gonza. Todas las imágenes © Editorial Atlántida. Tapas reproducidas con autorización.

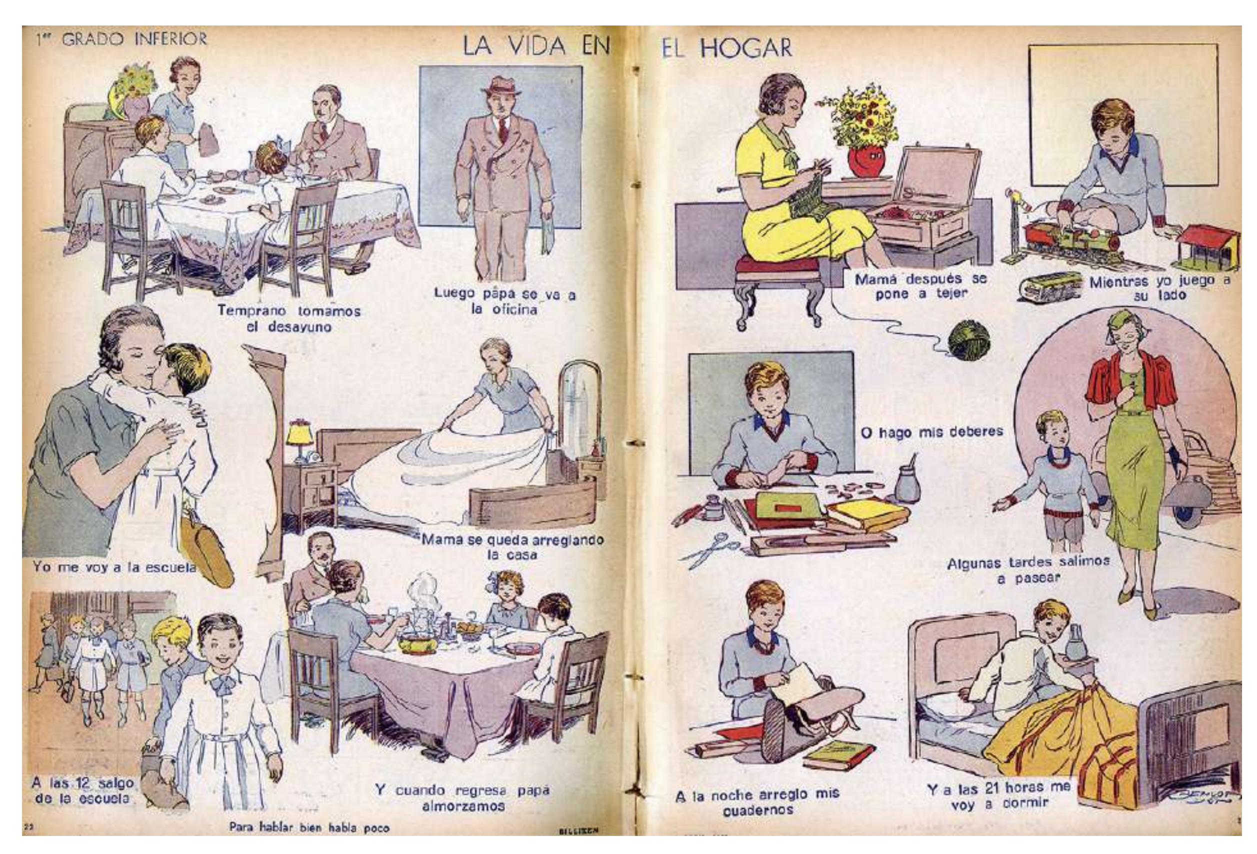
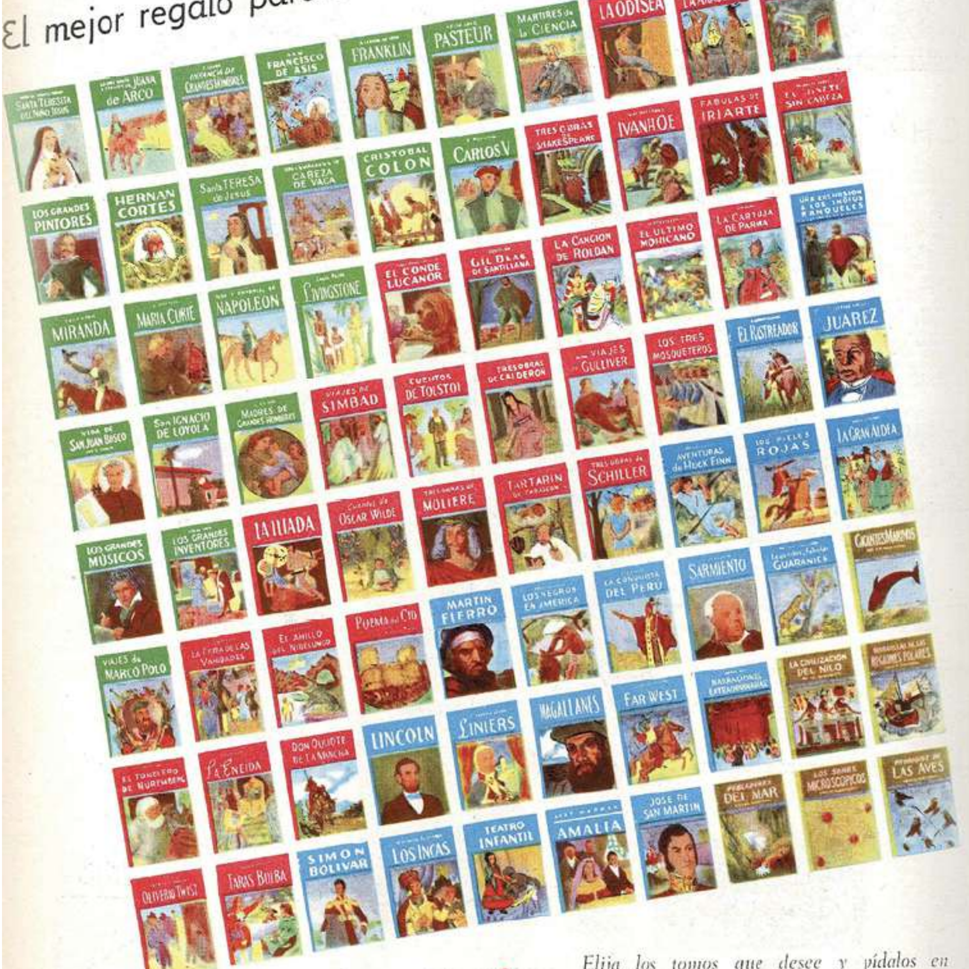


Figura 4: “La vida en el hogar”. Material escolar para primer grado. *Billiken*, Nº 959, 4/4/1938. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Con la Biblioteca Billiken, la escuela es un hogar, y el hogar una escuela

Todos los padres y maestros deben tomar nota de estos títulos:

La Eneida
La Ilíada
La Odisea
Don Quijote de la Mancha
Tres Obras de Shakespeare
Pasteur
Cromwell
Mártires de la Ciencia
Juana de Arco
Carlos V

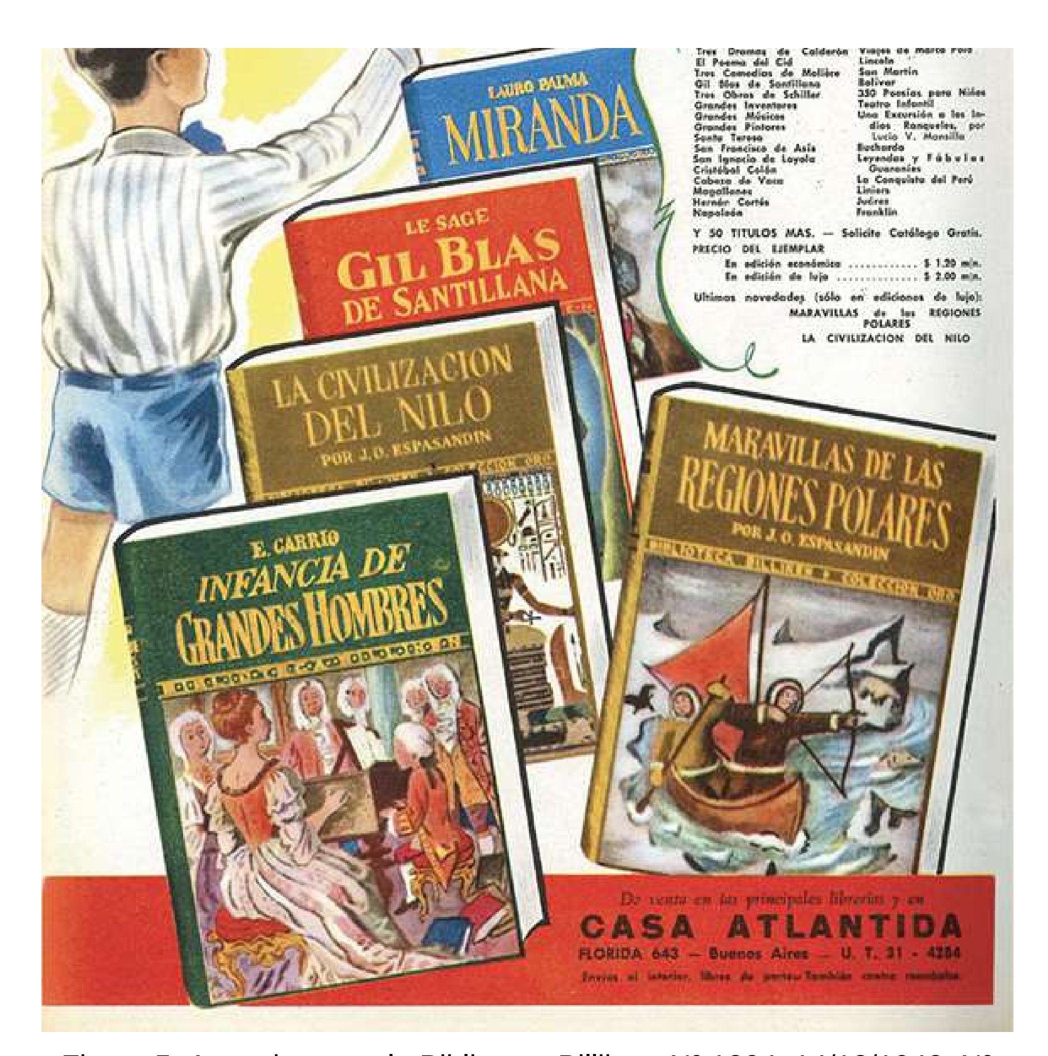


Figura 5: Anuncios para la Biblioteca Billiken. Nº 1204, 14/12/1942. Nº 1173, 11/5/1942. © Editorial Atlántida. Reproducidos con autorización.



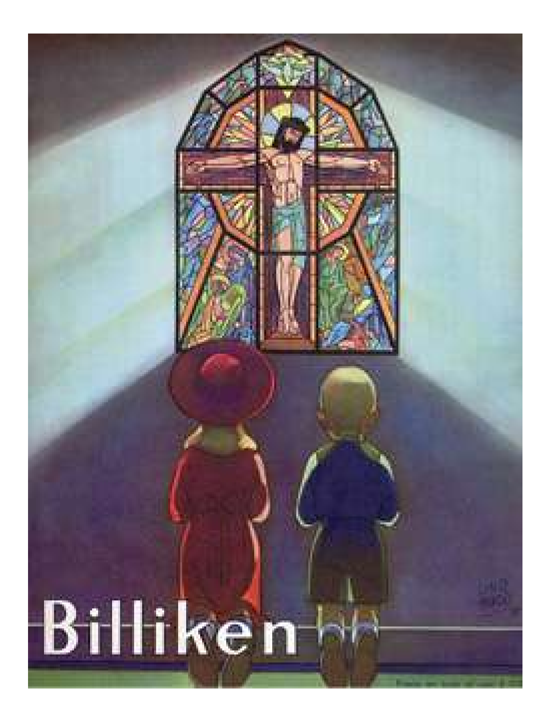
Regalos de los Reyes Magos. Nº 1259, 3/1/1944.



Carnaval. Nº 1266, 21/2/1944.



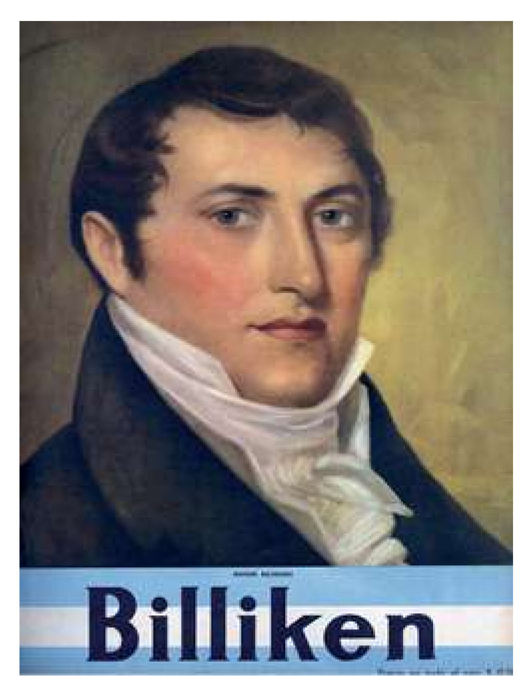
La vuelta a las clases. Nº 1269, 13/3/1944.



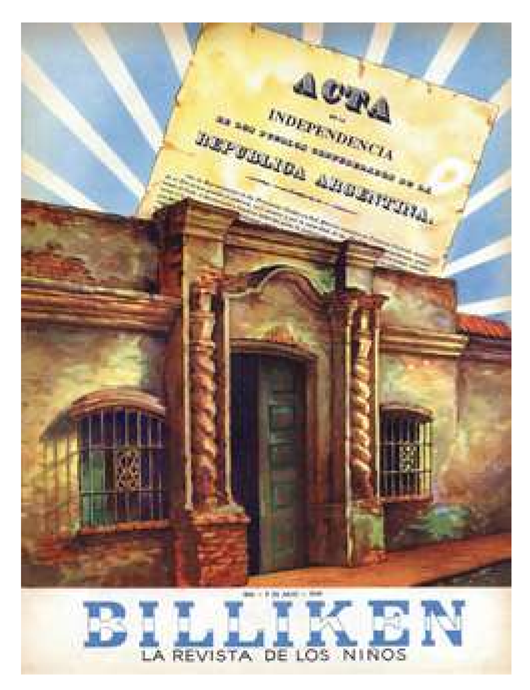
Pascua. Nº 1272, 3/4/1944.



El Día de la Escarapela. Nº 1278, 15/5/1944.



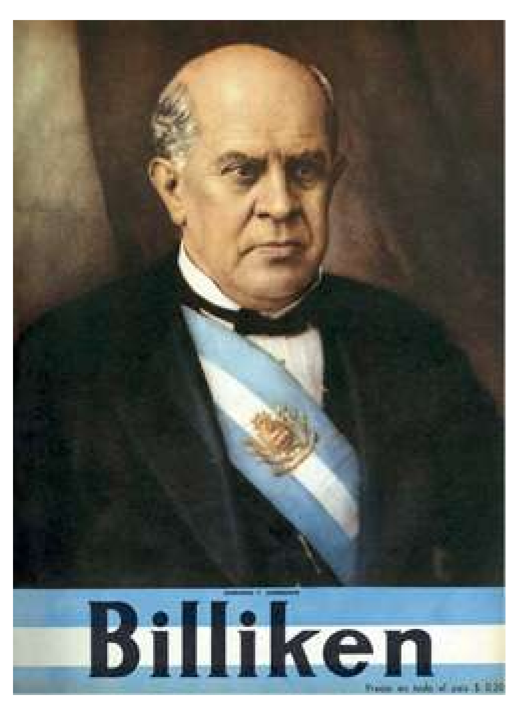
Manuel Belgrano para el Día de la Bandera. Nº 1335, 18/6/1945.



La Casa de Tucumán. Nº 1077, 8/7/1940.



Retrato de José de San Martín. Nº 1291, 14/8/1944.



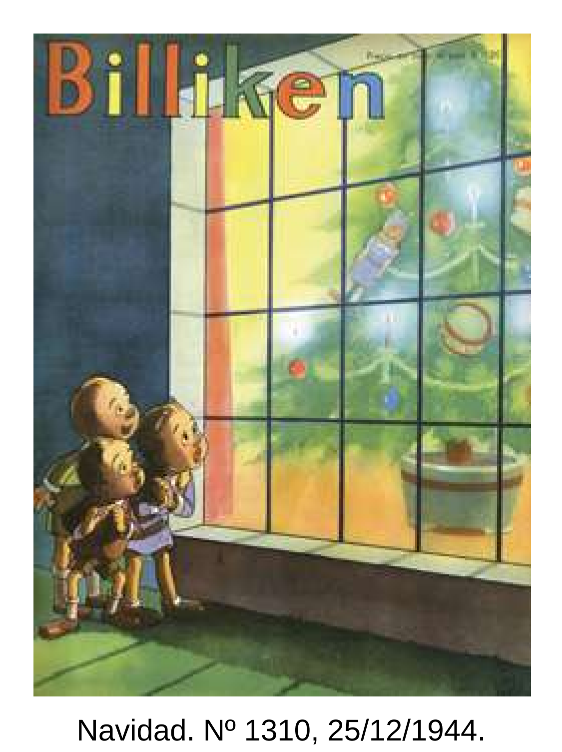
Retrato de Domingo Faustino Sarmiento para el Día del Maestro. Nº 1347, 10/9/1945.



Reproducción del retrato de Colón por Sebastiano del Piombo (1519). Nº 1351, 8/10/1945.



El Día de la Tradición. Nº 1147, 10/11/1941.



Navidad. Nº 1310, 25/12/1944.

Figura 6: El calendario escolar de *Billiken*. © Editorial Atlántida. Tapas reproducidas con autorización.

Precio en todo el país $ 0,80

Billiken

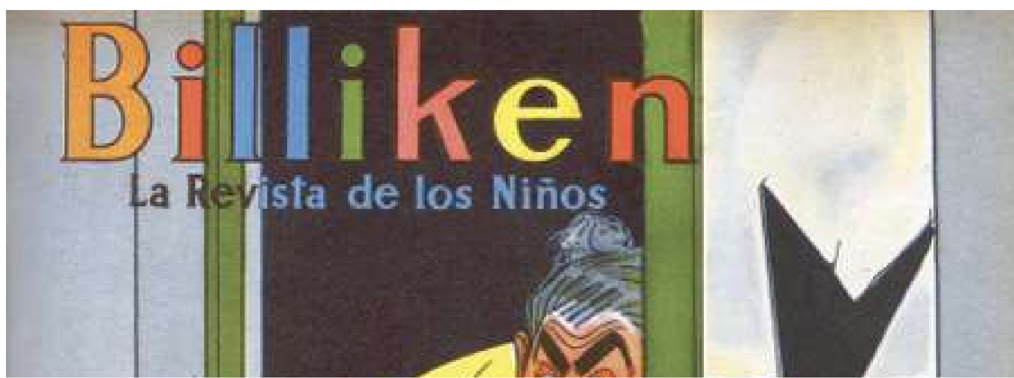




Figura 7: Ilustraciones de Lino Palacio. Futuras madres (Nº 1613, 13/11/1950) y varones rebeldes (Nº 1085, 2/9/1940). © Editorial Atlántida. Tapas reproducidas con autorización.

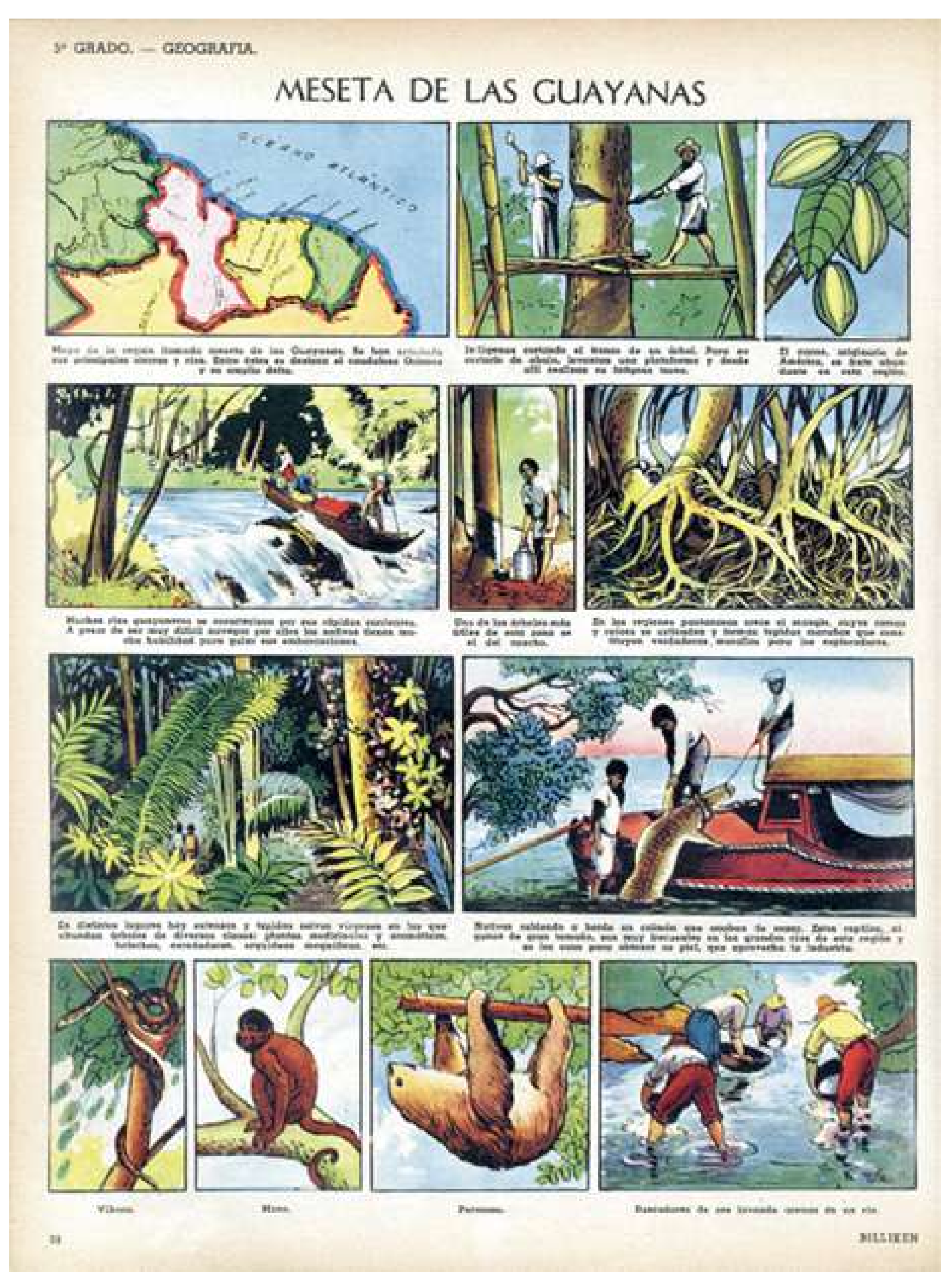


Figura 11: Material escolar gráfico. *Billiken*, Nº 1176, 1/6/1942. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.

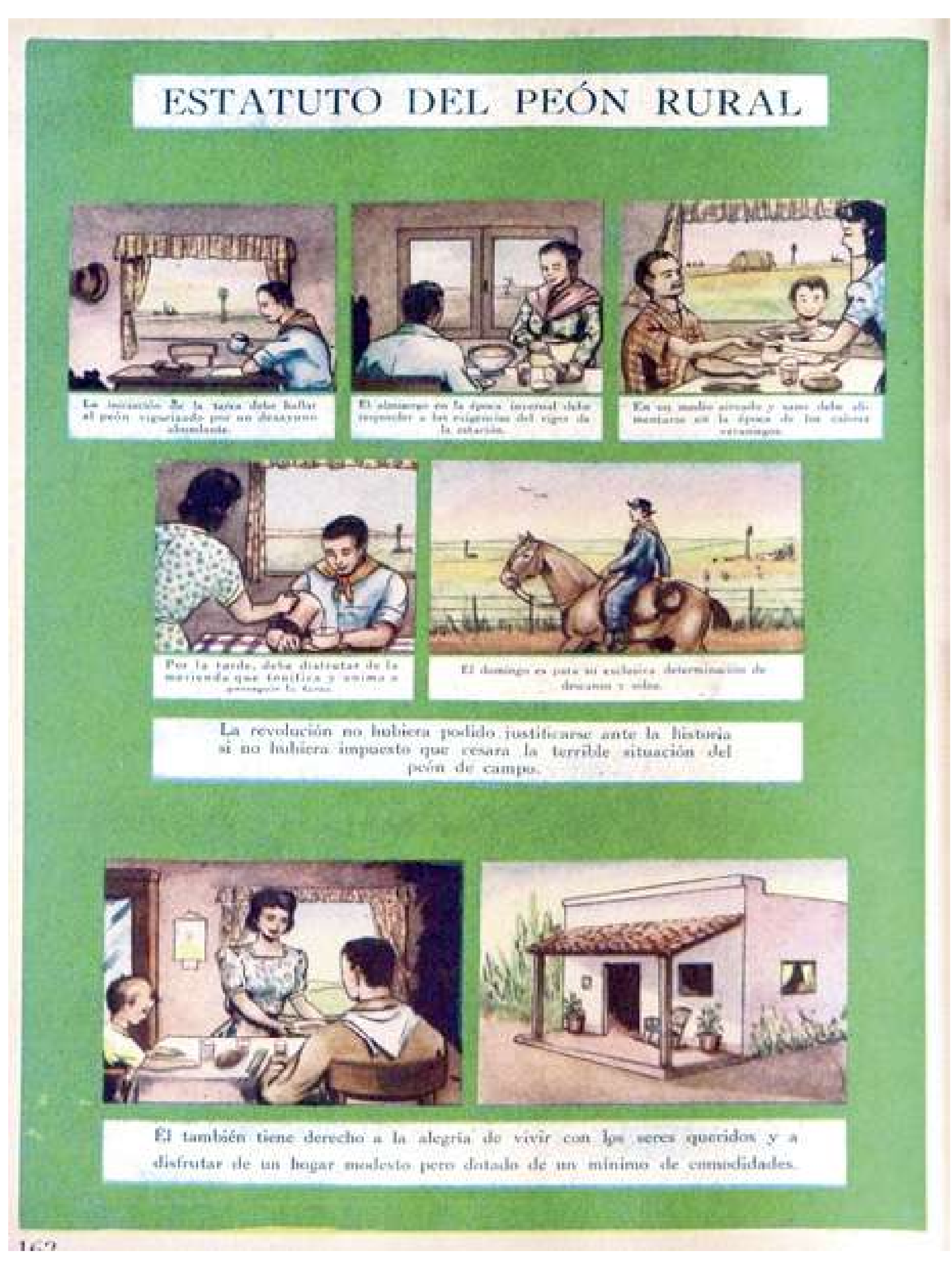


Figura 12: Se observa una puesta en página similar en la presentación del material en *La Nación Argentina. Justa, libre, soberana*, 1950 (p. 162). Obra anónima, dominio público. Fotografía cortesía de Rosana Dreossi.

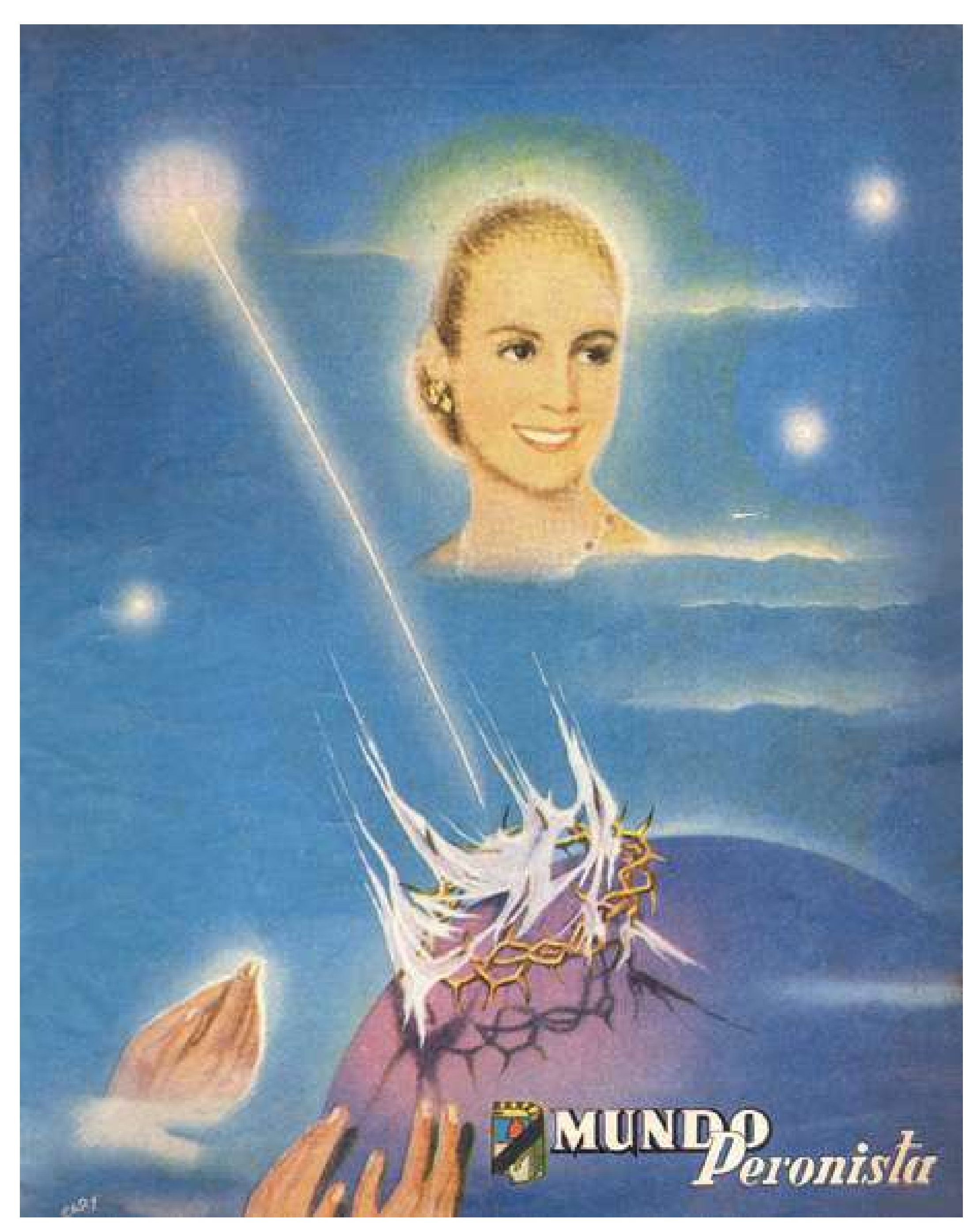


Figura 13: Tapa de *Mundo Peronista*, Nº 26, 1/8/1952. Obra anónima, dominio público, vía Wikimedia Commons: commons.wikimedia.org


CALENDARIO ESCOLAR . 26 DE JULIO.

FALLECIMIENTO DE LA SEÑORA

EVA PERÓN

La señora Eva Perón, de cuyo fallecimiento se cumplen tres años, rodeada de niños, a quienes prodigó siempre su cariño y su ternura.

Comedor de la CIUDAD INFANTIL, obra de la señora Eva Perón en favor de la niñez.

Vista panorámica de la diminuta ciudad de ensueño.

Sonrisas infantiles que expresan el júbilo de los pequeños.

En los amplios jardines numerosos niños gozan de sol y aire puro.

Otro aspecto de la maravillosa ciudad donde los niños aprenden jugando.

Figura 14: El aniversario de la muerte de Eva Perón integrado en el Calendario escolar de *Billiken*. Nº 1858, 25/7/1955. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.

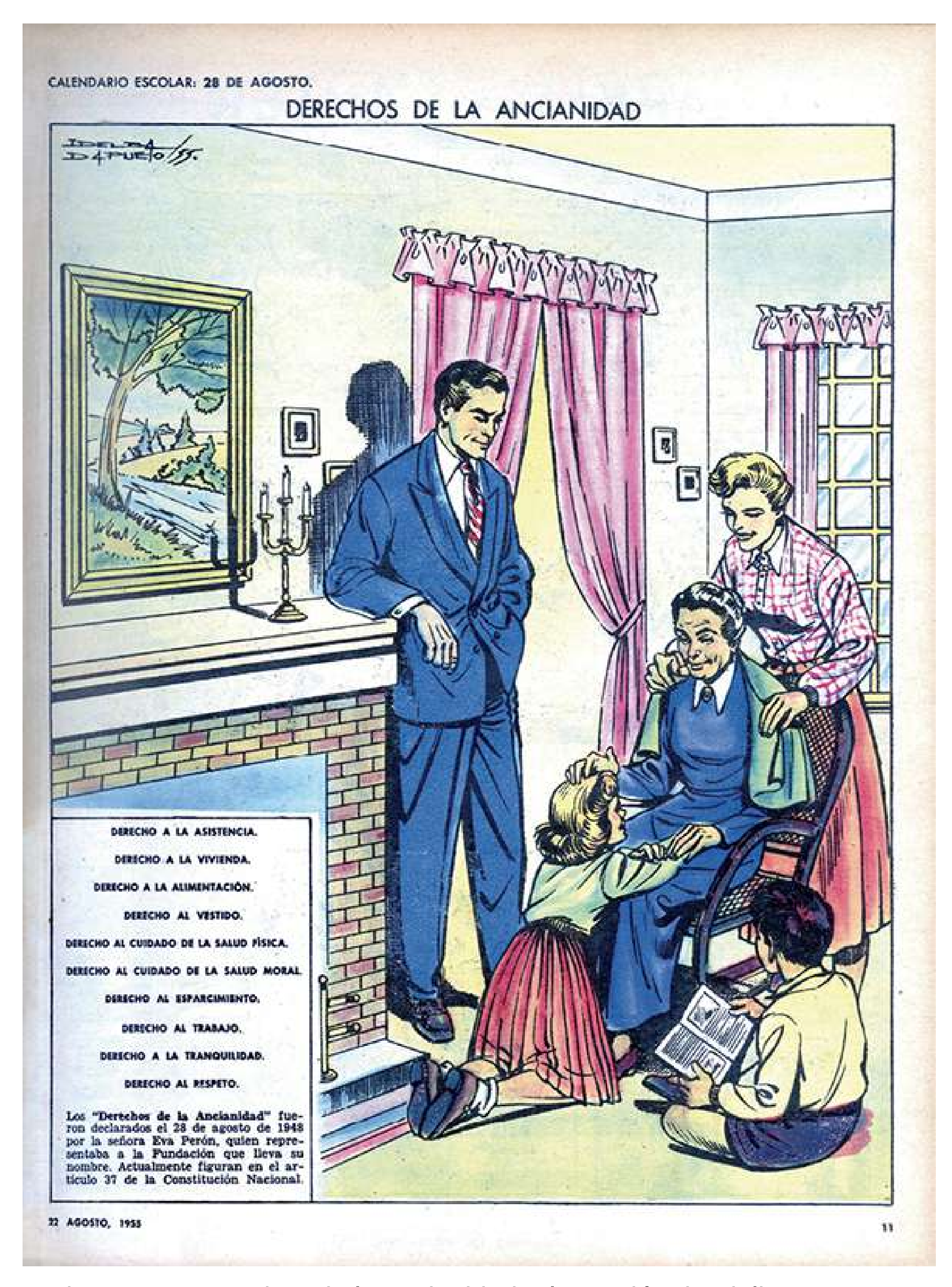


Figura 15: "Derechos de la ancianidad". Ilustración de Idelba Dapueto, *Billiken*, Nº 1862, 28/8/1955. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.



Figura 16: La Independencia Económica de Perón de 1947, representada como una continuación de la Declaración de Independencia de 1816. *Billiken*, Nº 1751, 6/7/1953. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.



CALENDARIO ESCOLAR

1º. de Mayo: DÍA DE LOS TRABAJADORES

DERECHOS DEL TRABAJADOR

1. Derecho de trabajar.
2. Derecho a una retribución justa.
3. Derecho a la capacitación.
4. Derecho a condiciones dignas de trabajo.
5. Derecho a la preservación de la salud.
6. Derecho al bienestar.
7. Derecho a la seguridad social.
8. Derecho a la protección de su familia.
9. Derecho al mejoramiento económico.
10. Derecho a la defensa de los intereses profesionales.

Los Derechos del Trabajador fueron declarados el 24 de febrero de 1947 y se hallan incluidos en el artículo 37 de la Constitución Nacional.

25 ABRIL, 1955

Figura 17: El Día de los Trabajadores con los derechos peronistas. *Billiken*, Nº 1845, 25/4/1955. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.


CALENDARIO ESCOLAR

1º DE MAYO: DÍA DE LOS TRABAJADORES

PLEGARIA POR LOS BUENOS TRABAJADORES

¡Justicia y gratitud para quienes nos dan amor en su trabajo!

REZANDO están, sin saberlo, cuantos a conciencia labran la tierra, la madera, la tela, el cuero, el hierro; los que investigan, meditan, crean, inventan y fabrican; los que consuelan, enseñan o divierten; los que extraen los tesoros escondidos en la tierra y en el mar.

Rezando están, sin saberlo, los enamorados de su obra, los que se consagran a su oficio con exaltada impetuosidad, los que se entregan en cuerpo y alma a la tarea, los que se empinan sobre las miserias de este mundo en un anhelo de superación para realizar en el trabajo la excelsa caridad de dar la vida.

¡Gloria y amor para estos bienaventurados, habitantes de la Patria Celestial, que convierten su energía en sagrado salmo!

CONSTANCIO C. VIGIL

28 ABRIL, 1958 11

Figura 18: El Día de los Trabajadores post Perón. *Billiken*, Nº 1999, 28/4/1958. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.



Figura 19: “Mi mamá cocina”, *Billiken*, Nº 1637, 30/4/1951. “Papá sale”. *Billiken*, Nº 1846, 2/5/1955. © Editorial Atlántida. Páginas reproducidas con autorización.



Figura 20: Dibujos del concurso de La Campagnola publicados en *Billiken*. Izquierda: Nº 1921, 8/10/1956. Derecha (arriba): Nº 1984, 13/1/1958; (abajo): Nº 1994, 24/3/1958. © Editorial Atlántida. Reproducidos con autorización.



EL CLUB DE ANTEOJITO Y ANTIFAZ

por GARCIA FERRÉ

canal 9

EL GRAN TELE-SHOW DE LA FELICIDAD INFANTIL

de ANTEOJITO

TODOS LOS ESCOLARES DEL PAIS SON "SOCIOS HONORARIOS" DEL CLUB. AQUI VEMOS A LOS ALUMNOS Y PROFESORES DE LA ESCUELA Nº 15 DEL CONSEJO ESCOLAR XV EN UNA AUDICION.

ACEITUNA NEGRA

El gran violinista pirata, que con su música maravillosa encanta a los "piratas locos", para quedarse con todo el botín.

TRUKU, con su cerebro electrónico, obedece las órdenes que su genial amo, Formulín, emite por un micrófono especial.

LOS "CHUF-CHUF" DE ANTEOJITO

HACE 154 AÑOS, EL 25 DE MAYO DE 1810, un grupo de hombres valientes e idealistas nos dio una patria grande, noble y hermosa, para que todos los Anteojitos podamos vivir en su sagrado clima de libertad.

Gritemos todos juntos nuestro mejor ¡Intringulis-Chingulis! para los padres de la patria.

BASES DEL CONCURSO DEL MES DE MAYO:

Adivinen... ¿Qué será?... ¿Lauchoncito o lauchoncita?

Escriban a "CLUB DE ANTEOJITO Y ANTIFAZ", Canal 9, Castex 3345, Capital Federal.

¡FUERZA!... ¡FUERZA!...

"La prueba de fuerza", divertido entretenimiento con la participación del público presente.

MI INFANCIA EN EL RECUERDO

Hace muchos años, siendo yo niña, salí a pasear una tarde con mi madre. Cuando llegó el tranvía que esperábamos para ir al zoológico, el guarda me ayudó a subir, pero no sé por qué causa el tranvía arrancó y mi madre quedó en la plazoleta, sin poder ascender.

Al darme cuenta de que estaba sola comencé a gritar desesperadamente. Me sentí perdida en el mundo. Nada calmaba mi llanto, y al ver que a medida que el tranvía se alejaba mi madre se hacía más chica... comprendí que ella era lo más grande del mundo.

Lilia de Paoli
Sarandí 31 - Cap. Fed.

Esperamos vuestras colaboraciones. La correspondencia debe ser dirigida a "CLUB DE ANTEOJITO", VIAMONTE 723, 6º piso, CAPITAL FEDERAL, Y FIRMADAS CON EL NOMBRE VERDADERO O CON SEUDÓNIMO.

Billiken

Nuestra querida canillita, la simpática Biki, nos visita todos los domingos en el CLUB DE ANTEOJITO Y ANTIFAZ.

BIKI

En el campo las espinas, en el agua los barquitos

y en el medio de mi pecho un retrato de Anteojito.

¡Intringulis-Chingulis! ¡U-u-uuu!...

AMIGUITOS, HASTA EL DOMINGO DE 11 A 12 HORAS EN CANAL 9

Figura 21: El programa de televisión *Anteojito* anunciado en *Billiken*. Biki la canillita (esquina izquierda inferior) sostiene un ejemplar de la revista. Nº 2315, 25/5/1964. © Editorial Atlántida. Página reproducida con autorización.

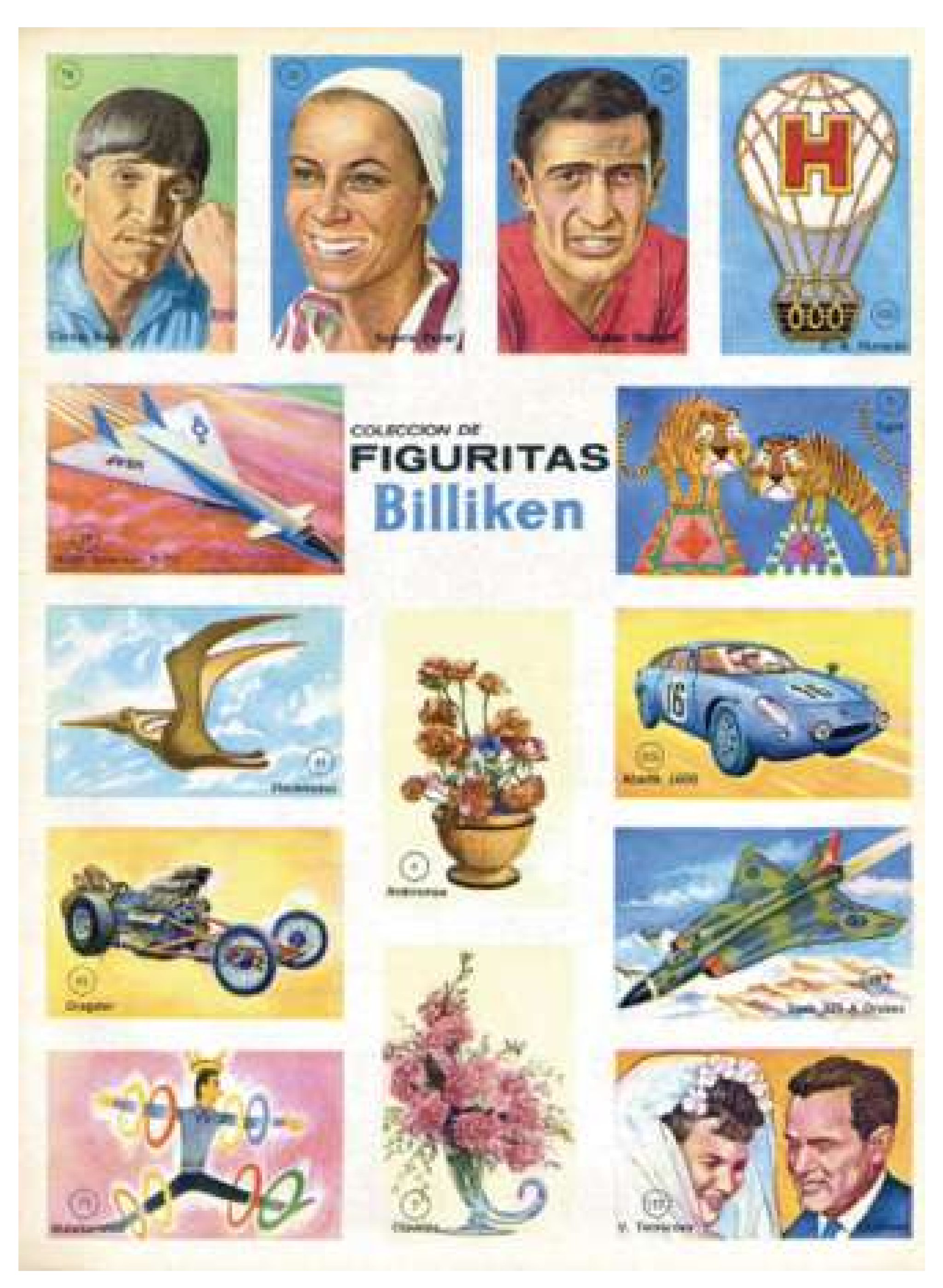


Figura 22: Una entrega de figuritas para el álbum de 1964 donde aparece la cosmonauta Valentina Tereshkova (esquina derecha inferior). *Billiken*, Nº 2342, 30/11/1964. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.



Figura 23: Completando un álbum de figuritas. Ilustración de (Vladimiro) Fuis. Nº 2601, 17/11/1969. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.



Figura 24: El Mono Relojero enseñando sobre San Martín. *Billiken*, Nº 2796, 13/8/1973. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.



Figura 25: Anuncio en *Billiken*, Nº 3059, 29/8/1978. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Figura 26: Ejemplos de las tarjetas postales *Para Ti*. Nº 2930, 4/9/1978.
© Editorial Atlántida. Reproducidas con autorización.



Figura 27: Anuncio de Rasti en *Billiken*, Nº 2627, 18/5/1970. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Figura 28: Pintando la cara con corcho quemado. *Billiken*, Nº 3096, 15/5/1979. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.



Figura 29: “Identikit de la maestra”. *Billiken*, Nº 2956, 6/9/1976. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Figura 30: La representación tradicional de la maestra. Ilustración de Norma. *Billiken*, Nº 2486, 4/9/1967. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.



Figura 31: El retorno a las representaciones tradicionales tras el número polémico de 1976. Ilustración de Carolina Parola. *Billiken*, Nº 3008, 5/9/1977. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.



Figura 32: *Billiken*, Nº 3250, 27/4/1982. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.



Figura 33: *Hundimiento del Sheffield* de Robert Regalado. *Billiken*, Nº 3256, 8/6/1982. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.

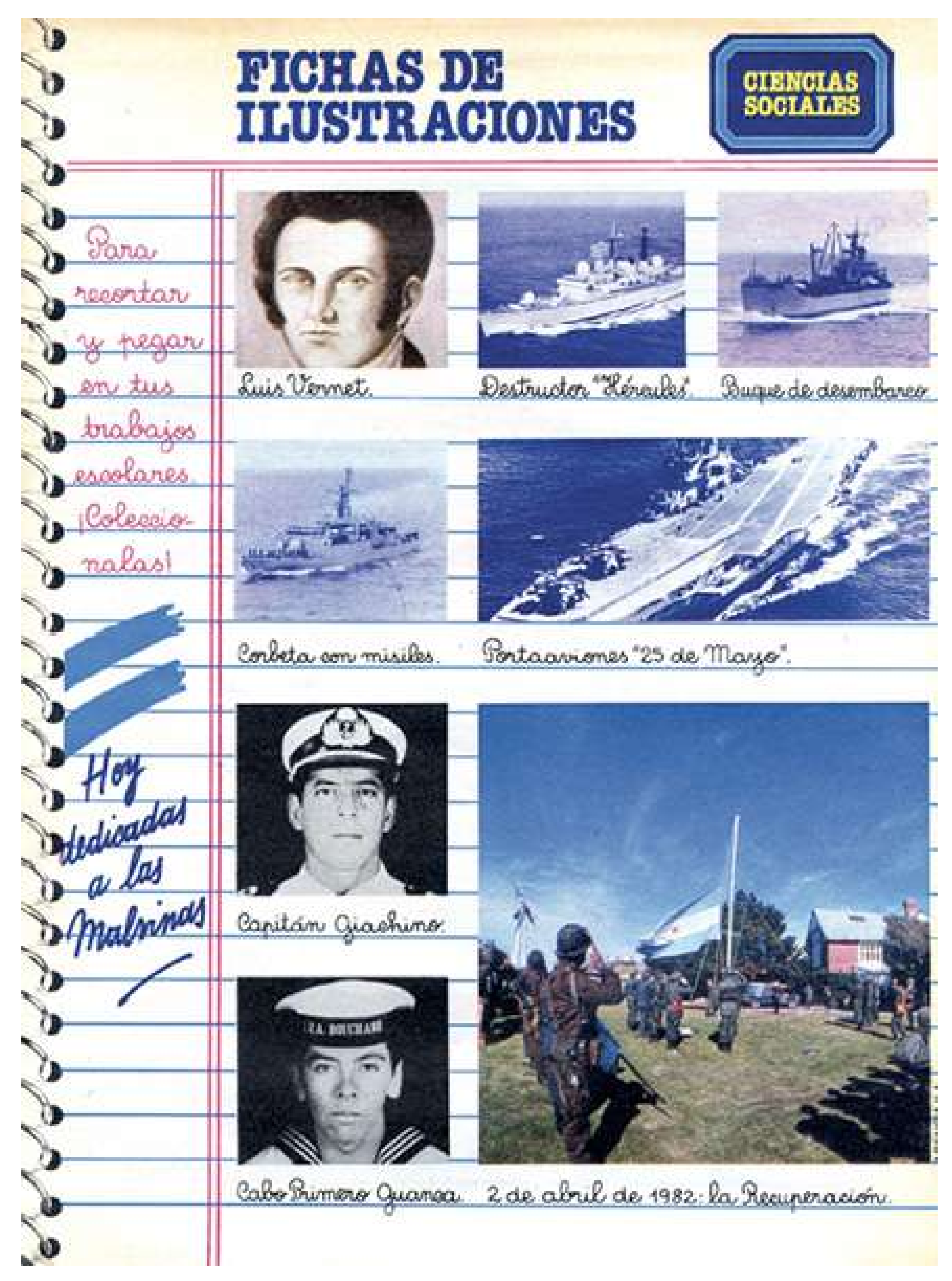


Figura 34: Figuritas con temática Malvinas. *Billiken*, Nº 3250, 27/4/1982.



Figura 35: La tapa del último número de *Billiken* sobre Malvinas. Nº 3758, 22/6/1982. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.

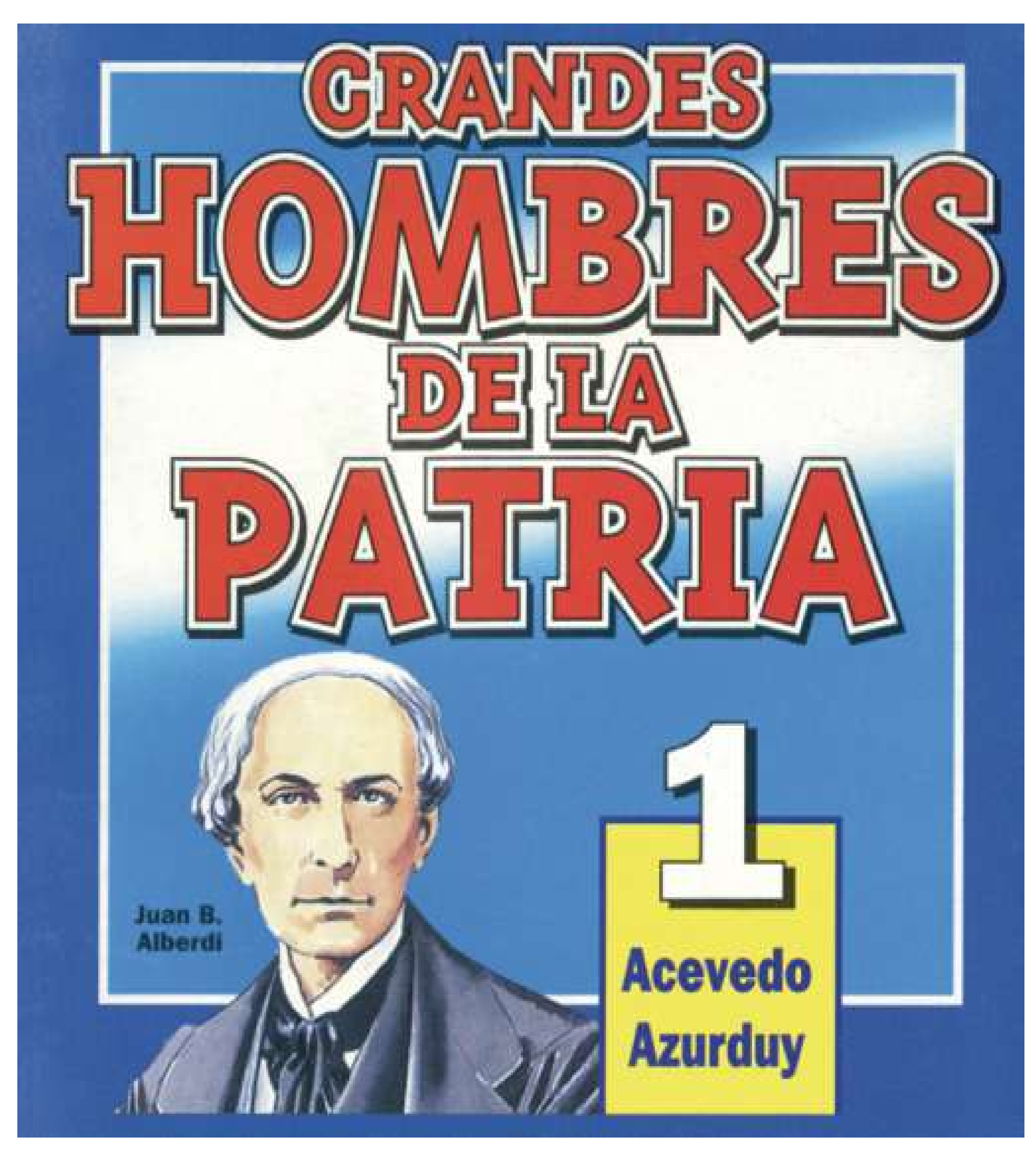


Figura 37: Suplemento incluido con la revista. *Billiken*, Nº 3984, 20/5/1996. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Figura 38: Los suplementos de la Biblia y del curso de inglés anunciados en la tapa de *Billiken*, Nº 3921, 6/3/1995. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.



Figura 39: Una imagen de la maternidad tradicional para el Día de la Madre. *Billiken*, Nº 4005, 14/10/1996. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.

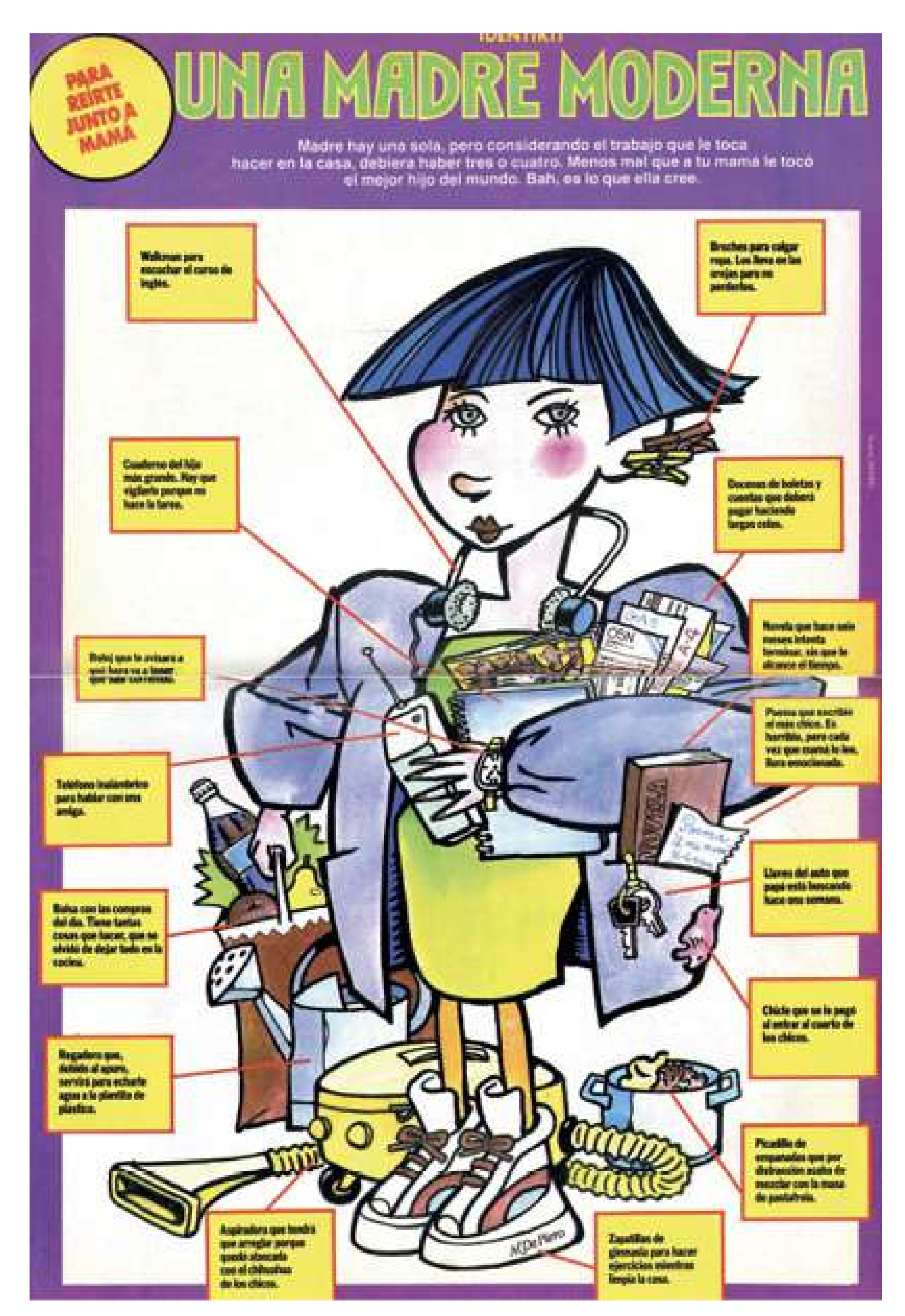


Figura 40: “Identikit de una madre moderna”, *Billiken*, Nº 3744, 14/10/1991. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Figura 41: “Identikit de una mamá moderna”. *Billiken*, Nº 4473, 21/10/2005. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



La vuelta a las clases. Nº 4853, 21/2/2013.



La vida en la colonia, Nº 5122, 19/4/2018.



Las invasiones inglesas, Nº 5123, 26/4/2018.



La Primera Junta, Nº 5022, 19/5/2016.



Manuel Belgrano y el Día de la Bandera, Nº 5129, 7/6/2018.



El Día de la Independencia, Nº 5130, 28/6/2018.



San Martín y el cruce de los Andes, Nº 5131, 2/8/2018.



Domingo Faustino Sarmiento y el Día del Maestro, Nº 5088, 24/8/2017.



Cristóbal Colón para el 12 de octubre, Nº 4936, 25/9/2014.



El Día de la Tradición, Nº 5134, 1/11/2018.



La Batalla de Vuelta de Obligado para el Día de la Soberanía, Nº 5099, 9/11/2017.



El comienzo de las vacaciones de verano, Nº 5135, 29/11/2018.
Figura 42: El calendario escolar en la fase final de la revista impresa. Todas las ilustraciones de Mauro Serafini para *Billiken*. © Editorial Atlántida. Reproducidas con autorización.



Figura 43: “Mujeres de la Patria”. Ilustración de Javier Basile. *Billiken*, Nº 5140, mayo de 2019. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.



Figura 44: Tapa del número del centenario. Ilustración de Aymará Mont. *Billiken*, Nº 5143, octubre/noviembre de 2019. © Editorial Atlántida. Reproducida con autorización.

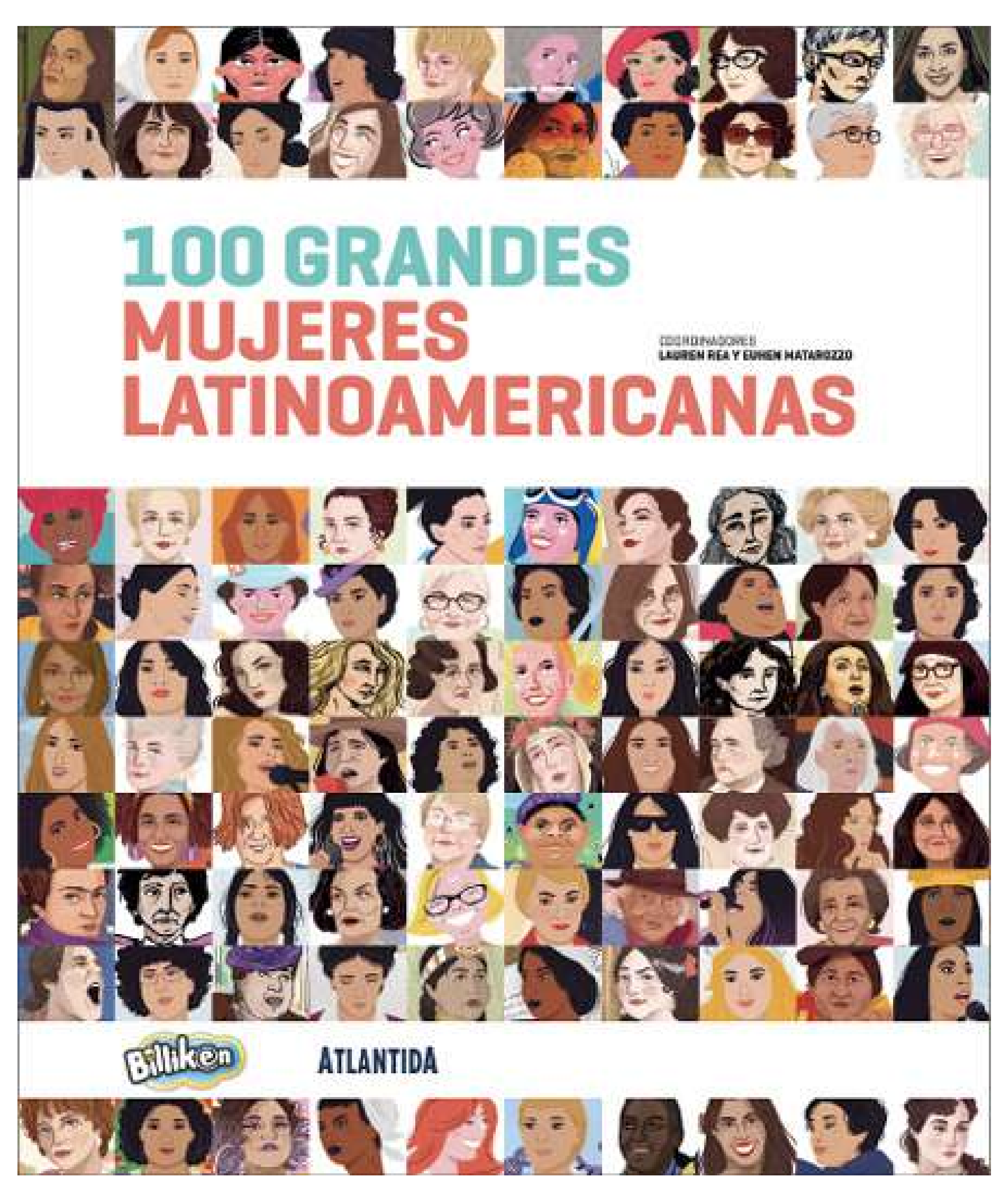


Figura 45: *100 Grandes mujeres latinoamericanas*. Libro infantil ilustrado publicado con motivo del centenario de *Billiken*. © Editorial Atlántida. Tapa reproducida con autorización.

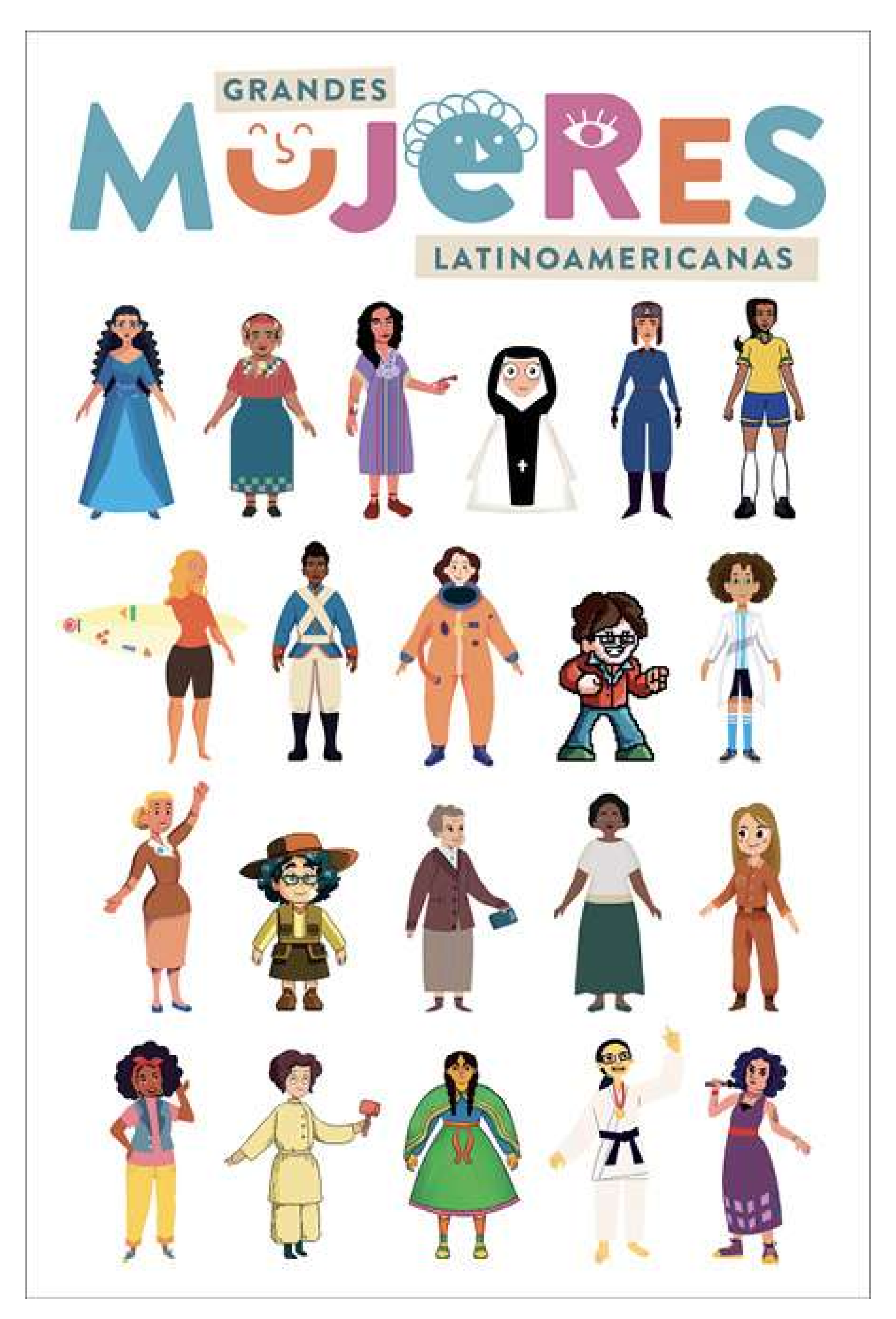
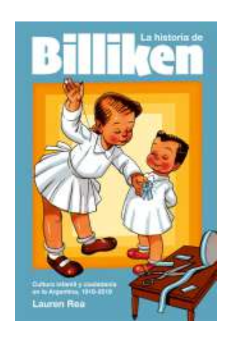


Figura 46: Las protagonistas del proyecto transmedia educativo Grandes Mujeres Latinoamericanas. © Editorial Atlántida. Reproducido con autorización.



Situada en el corazón de nuestros recuerdos afectivos, la revista *Billiken*, fundada en 1919, es uno de los productos culturales infantiles más importantes de la Argentina y de América Latina y un caso único en el mundo. Siempre presente junto a los útiles y los manuales escolares de varias generaciones de estudiantes de primaria, contaba la historia de la nación e influía en los cambios sociales a través de su contenido.

Pero, si bien millones de lectores disfrutaban de sus cuentos e historietas, recortaban y pegaban sus figuritas en el cuaderno escolar y participaban en sus concursos, *Billiken* también tuvo detractores en quienes señalaban que su línea editorial había construido, a través de una perspectiva patriarcal y conservadora, un imaginario homogéneo de lectores de clase media. Este libro explora las complejidades y contradicciones de la emblemática publicación en los contextos en los que debió navegar y sobre los que dejó huella, e intenta develar de qué modo llegó a ocupar una centralidad tan incuestionable en la cultura nacional.

Lauren Rea propone un deslumbrante y esclarecedor recorrido por la historia de *Billiken* —de revista impresa que llegó a vender 500.000 ejemplares por semana a producto digital multiplataforma—, su articulación con las políticas y los gobiernos de turno, y su capacidad de generar un sólido vínculo con sus lectores.

El lugar de *Billiken* en la conciencia nacional argentina está atravesado por las nociones de nación, ciudadanía, cultura, identidad, inclusión, exclusión, historia, memoria, tradición, preservación y aspiración. Los recuerdos y sentimientos asociados a este producto cultural son a veces negativos y a menudo polémicos. Su historia es compleja, contradictoria y, en ocasiones, incómoda.

Billiken fue el modelo para *Anteojito* porque estableció el patrón de las revistas infantiles en Argentina. Su modelado operativo y estructural es evidente tanto a nivel de su visualidad como de su posicionamiento ideológico acerca de la infancia.

Las figuritas para recortar y pegar llegaron a ser una de las asociaciones más perdurables de la revista y un factor determinante de su vigencia, hasta que la búsqueda de imágenes en Internet superó la utilidad de las figuritas ya impresas.

La historia de Constancio C. Vigil no se promovió como la de un inmigrante emprendedor que creó una oportunidad en una industria emergente. En su lugar, la noción de *Billiken* como faro de valores morales y espirituales, que Vigil había establecido y perpetuado a lo largo de su vida, fue reproducida por sus herederos.



LAUREN REA

Nació en Sheffield, Reino Unido, en 1981. Recibió los títulos de doctora en Historia Cultural por King's College London (Universidad de Londres), máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge, licenciada en Lenguas Modernas (español y portugués) por King's College London y traductora por el Instituto de Lingüistas Colegiados. Es autora de *Argentine Serialised Radio Drama in the Infamous Decade (1930-1943)* (La radionovela argentina en la década infame) y coautora del libro infantil ilustrado *100 grandes mujeres latinoamericanas*, que se publicó en el marco del centenario de la revista *Billiken*. Es codirectora del proyecto educativo transmedia Grandes Mujeres Latinoamericanas y sus investigaciones en curso giran en torno al tema de la inclusión en la educación. Es profesora titular e investigadora principal de Estudios Latinoamericanos en el Departamento de Lenguas y Culturas de la Universidad de Sheffield, donde actualmente se desempeña como directora de Investigación e Innovación. Ocupa un puesto voluntario en el consejo directivo de Grimm & Co, una organización sin fines de lucro para la promoción de la lectoescritura, ubicada en Rotherham, Reino Unido.